Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 00B702B62B2039803F6B5D5BD273DA9854
Владелец: Шимановская Янина Васильевна
Действителен: с 02.07.2024 до 25.09.2025

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
СТРАТЕГИЧЕСКИЕ КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Направление подготовки
«42.03.02 Журналистика»

Направленность
Журналистика

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г..

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При

неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос — это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. ОРГАНИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОРПОРАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ	
Тема 1.1. Основы стратегических корпоративных коммуникаций	Понятие и классификация стратегических корпоративных коммуникаций. Традиционные и цифровые корпоративные коммуникации, их преимущества и недостатки. Принципы управления стратегическими корпоративными коммуникациями. Стратегическое коммуникационное планирование.
Тема 1.2. Коммуникации в системе корпоративной социальной ответственности	Понятие, значение и виды корпоративных мероприятий.Корпоративные мероприятия для средств массовой информации: пресс-конференция, брифинг, пресс-тур. Информационные поводы. Совместные корпоративные мероприятия с партнерскими компаниями: деловые мероприятия, культурно-развлекательные мероприятия, спортивные соревнования. Корпоративные мероприятия для потребителей: фирменная презентация, «день открытых дверей», мастер-класс, концерт, фестиваль.
Раздел 2. ВНЕШНИЕ И ВНУТРЕННИЕ КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ	
Тема 2.1. Внешние корпоративные коммуникации	Задачи и функции корпоративных изданий. Виды корпоративных изданий: газеты, журналы, публичные отчеты, буклеты, проспекты, каталоги. Реклама и PR в корпоративных изданиях. Организация выпуска корпоративных изданий. Критерии эффективности к орпоративных изданий. Задачи и функции внутрикорпоративных коммуникаций. Средства

	внутрикорпоративных коммуникаций: печатные корреспонденции, внутреннее радио, мобильная связь, электронная почта, мессенджеры. Этика делового общения во внутрикорпоративных коммуникациях. Информационная безопасность внутрикорпоративных коммуникаций. Критерии эффективности внутрикорпоративных коммуникаций. Задачи и функции корпоративного сайта. Виды корпоративных сайтов. Структура и содержание корпоративного сайта. Веб-дизайн корпоративного сайта. Правила обновления контента корпоративного сайта. Поисковая оптимизация корпоративного сайта (SEO). Посадочная страница компании (landing page)
Тема 2.2. Внутрикорпоративные коммуникации	Понятие, сущность и основные функции внутрикорпоративной коммуникации. Персонал - содержание понятия и его классификация в организации. Основные признаки персонала. Характеристики персонала организации. Структура персонала. Статистическая и аналитическая структура. Основные этапы становления теории и практики управления персоналом. Эволюция подходов к управлению персоналом. Концепция управления персоналом в теории классического менеджмента. Развитие концепции управления персоналом в теории человеческих отношений. Доктрина управления человеческими ресурсами и теория человеческого капитала. Внутрикорпоративный пиар в современной организации.

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх

отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и

оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОРПОРАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Тема 1.1. Основы стратегических корпоративных коммуникаций

Вопросы для самоподготовки:

1. Взаимодействие компании с внешней средой.
2. Стратегические и оперативные коммуникации компании.
3. Виды традиционных и цифровых корпоративных коммуникаций.
4. Тенденции развития стратегических корпоративных коммуникаций.
5. Разработка и содержание стратегического коммуникационного плана

Тема 1.2. Коммуникации в системе корпоративной социальной ответственности

Вопросы для самоподготовки:

1. Виды и форматы корпоративных мероприятий.
2. Корпоративные мероприятия для СМИ.
3. Правила организации пресс-конференций.
4. Корпоративные мероприятия для бизнес-партнеров.
5. Отраслевые корпоративные мероприятия.

РАЗДЕЛ 2. ВНЕШНИЕ И ВНУТРЕННИЕ КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Тема 2.1. Внешние корпоративные коммуникации

Вопросы для самоподготовки:

1. Виды корпоративных сайтов и их выбор.
2. Контент-менеджмент корпоративного сайта.
3. Интерактивные сервисы на корпоративном сайте.
4. Поисковая оптимизация корпоративного сайта.
5. Формы технической поддержки корпоративного сайта.

Тема 2.2. Внутрикорпоративные коммуникации

Вопросы для самоподготовки:

1. Показатели эффективности корпоративного сайта.
2. Корпоративные периодические издания, их место на российском рынке СМИ.
3. Концепции корпоративных СМИ.
4. Рекламные корпоративные издания.

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОРПОРАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Тема 1.1. Основы стратегических корпоративных коммуникаций

Не предусмотрены
Тема 1.2. Коммуникации в системе корпоративной социальной ответственности
Не предусмотрены
РАЗДЕЛ 2. ВНЕШНИЕ И ВНУТРЕННИЕ КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ
Тема 2.1. Внешние корпоративные коммуникации
Не предусмотрены
Тема 2.2. Внутрикорпоративные коммуникации
Не предусмотрены

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «ВВЕДЕНИЕ В РЕКЛАМУ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при

перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Выделите главное, составьте план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту

плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного

творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.

2. Правильность оформления титульного слайда.

3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.

4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.

5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;

– в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;

– знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;

– свободное владение терминологией;

– ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;

– единичные ошибки в терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;

– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;

– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

– незнание терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в

знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина ПРОДЮССИРОВАНИЕ МЕДИАКОНТЕНТА
2. Тема лекционного занятия.
Раздел 1. ОРГАНИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОРПОРАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ
Тема 1.1. Основы стратегических корпоративных коммуникаций
3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний этапов проектирования коммуникативных компаний.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие и классификация стратегических корпоративных коммуникаций. Традиционные и цифровые корпоративные коммуникации, их преимущества и недостатки.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Раздел 1. ОРГАНИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОРПОРАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ
Тема 1.1. Основы стратегических корпоративных коммуникаций
Текст лекции

Актуальность вопроса стратегических коммуникаций связана с усилением роли стратегического прогнозирования и планирования в мире и во всех сферах деятельности.

1. **Стратегические коммуникации – это информирование и воздействие по наиболее важным и долговременным вопросам для человека, организации, общества.**

Система коммуникаций существует на всех уровнях общества – это личностные, групповые, семейные, корпоративные, городские, региональные, общенациональные, глобальные (транснациональные). В этой системе можно выделить стратегические - перспективные, наиболее важные и долговременные вопросы.

Так, стратегической целью России является превращение в одного из глобальных лидеров мировой экономики, выход ее на уровень социально-экономического развития высокоиндустриальных стран. К 2020-30 годам Россия должна войти в группу ведущих стран мира по экономической мощи – производству валового внутреннего продукта.

Среднедушевой годовой ВВП достигнет 30 тысяч долларов. А еще страна станет мировым лидером в научном и технологическом плане: российская доля высокотехнологичных товаров и услуг будет не менее 10%.

Министерство экономического развития и торговли предложило три сценария развития – инерционный, энерго-сырьевой и инновационный. По существу речь идет о двух путях развития, связанных с укреплением сырьевой специализации в мире и на реализации конкурентных преимуществ как в традиционных отраслях (энергетике, транспорте и аграрном секторе), так и в новых высокотехнологичном секторе и «экономике знаний».
Стратегические коммуникации в этом случае – это информирование граждан об этой стратегии и убеждение их в том, что эта стратегия может и должна быть реализована с учетом возможных изменений.
2. Серьезной проблемой является **стихийность и несистемность** стратегических коммуникаций в связи с недооценкой, неразработанностью или неясностью многих стратегических вопросов. В то же время от их решения, а также от информирования и вовлечения населения в их обсуждение зависит качество решений и их исполнения и в конечном итоге судьбы страны, города, важнейших отраслей производства, науки, культуры, да и каждого человека.
Руководство страны и регионов должны проводить более системную политику по информированию и обсуждению стратегических вопросов с населением.
Журналистам и другим специалистам по коммуникациям необходимо лучше разбираться в вопросах стратегии и в практической деятельности, выделять их в потоке событий и сообщений. Естественно, это следует делать уже в процессе подготовки.
3. **Коммуникативная стратегия** рассматривается специалистами в двух аспектах:
1). Она должна быть связана с **реализацией миссии** и обеспечивать существенный вклад в достижение организационных, региональных, государственных целей. Коммуникативная стратегия должна быть построена таким образом, чтобы способствовать установлению взаимоотношений с ключевыми группами заинтересованных лиц, которые могут повлиять на достижение заранее намеченных стратегических целей. Необходимо постоянное наблюдение за средой.
2). Коммуникативная стратегия может оказать помощь стране, городу, организации в достижении **конкурентного преимущества** посредством программ, предназначенных для создания, укрепления или защиты репутации либо бренда, для построения четкой сети взаимоотношений с разными группами населения.
Коммуникативные стратегии СМК должны строиться на анализе ключевых проблем, важных для всей аудитории и для целевых групп общественности.
Здесь следует обратить внимание на то, что в теории и на практике понятие **«стратегия»** употребляется в двух смыслах: и как стратегия (общая концепция и долговременная программа деятельности), и как тактика (краткосрочная программа, конкретный метод решения проблемы, линия поведения в кратковременный период). Поэтому встретившись с данным понятием при реализации коммуникативной программы или PR-компании необходимо определить, какое значение они имеют - стратегическое или тактическое.
4. Создание коммуникативной стратегии как части общей стратегии организации может включать «смешанный» подход, содержащий элементы **адаптационного (реактивного) и интерпретационного (проактивного) подходов**.
В целом процесс формирования стратегии должен быть направлен на то, чтобы уловить смысл зачастую изменчивой природы внешней и внутренней среды, индивидуальных и коллективных интересов.

Несмотря на то, что стратегическая роль коммуникаций признается не всеми, а специалисты по коммуникациям нередко изолированы от процесса принятия решений, рост динамичности окружающей среды требует усиления роли таких специалистов и, следовательно, улучшения их подготовки.

Поскольку журналисты, PR-специалисты, рекламисты оперируют в поле взаимодействия между системой и ее внешней и внутренней средами, они оказываются в идеальном положении, чтобы помогать руководству всегда быть чуть впереди событий, заблаговременно предупреждая его о возможных изменениях в ситуации. Это требует от специалиста не только быть исполнителем, но и стремиться мыслить и действовать стратегически.

В основе стратегического мышления лежит **системный подход**.

5. ***Система*** представляет собой совокупность взаимодействующих элементов, которая поддерживает свое существование во времени и в определенных границах путем реагирования и приспособления к изменениям в окружающей среде для достижения и поддержания целевых состояний.

Если реакции системы на воздействия среды становятся неуправляемыми и хаотичными, она может войти в состояние кризиса. Стратегические коммуникации призваны поддерживать организационные связи в согласии с взаимными целями и интересами организаций и их целевых групп.

Система «организация - общественность» состоит из организации с внутренними подсистемами и организации, которая является частью сверхсистемы как более крупной совокупности взаимодействующих элементов. *Внешняя* среда – это сверхсистема минус сама система; *Внутренняя* среда – это система минус сверхсистема, а *полная* среда – система плюс сверхсистема.

Адаптация к среде связана с двумя типами обратной связи – положительной и отрицательной. Реакция на *положительную* связь выражается понятиями «увеличить», «поддержать», «продолжить», а ответом на *отрицательную* связь можно выразить понятиями «урезать», «замедлить», «изменить». В связи с этим можно говорить о двух типах адаптационной стратегии – эволюционной и реформенной.

6.Соответственно система коммуникаций как средство наблюдения за средой может быть реактивной или проактивной. ***Реактивное*** **наблюдение** ведет к реакциям типа «стратегии каракатицы», заключающейся в выбрасывании «чернил» при возникновении любых жизненных проблем. **Проактивные коммуникации** используют «радары раннего предупреждения».

Поэтому стратегические коммуникации также можно разделить на два типа – реактивные и проактивные. Первые характерны для более закрытых жестких систем, а вторые – для открытых мягких систем. В первом случае специалисты по коммуникациям здесь рассматриваются лишь как исполнители («агитаторы, пропагандисты»): они должны обеспечивать паблисити и информационную составляющую им «не положено» вносить изменения в поведение системы

Во втором случае коммуникации становятся частью политики высшего руководства и специалисты по коммуникациям участвуют в разработке стратегии, а также целенаправленно отслеживают условия окружающей среды, и анализируют их.

Подобный анализ имеет своей задачей прогнозирование и выявление изменений, влияющих на отношения организации с общественностью. Отсюда возникает одно из важных практических следствий – предотвращение конфликтов, а не их разрешение, когда они уже возникли. Для

того, чтобы действовать подобным образом и необходимо формировать стратегическое мышление.

7. Под **стратегическим мышлением** понимается прогнозирование или установление желательного будущего целевого состояния, определение сил, способствующих или препятствующих движению к цели, и составление плана достижения желательного состояния. По существу, в стратегическое мышление включены концепция будущего и план по его достижению.

Опасность недооценки стратегической проработки вопросов связана с тем, что проблема может быть не решена, а усугублена, что приведет к напрасной трате сил или вызовет еще большие путаницу и непонимание. Скоропалительные решения принимаются, как правило, на основе анализа неподходящих ситуаций или без полного учета возможных непредвиденных последствий таких решений.

В **стратегическом менеджменте** центральными являются два понятия ***«миссия»*** **и** ***«среда»***. Стратегический менеджмент понимается как процесс управления реализацией миссии в единстве с управлением связями организации со средой. Стратегический менеджмент – это динамический процесс осмысления миссии организации в современных условиях среды для выработки более эффективных будущих решений и результатов. Руководители со стратегическим мышлением определяют миссию как баланс между тем, что организация есть, чем она хочет быть, и что она может делать со средой.

Внешняя среда обычно определяется как общая сумма условий и сил, которые влияют на стратегические действия бизнеса, но остаются вне его полного контроля. Компоненты среды – экономические, политические и социальные условия и их носители – население, потребители, сотрудники, СМИ и т. д.

Для того, чтобы организация или страна в целом могла конкурировать, она должна определить в какой сфере бизнеса, науки, культуры, информации она может наиболее эффективно действовать и спланировать для своих подразделений или отраслей более конкретные и успешные стратегии производства новых товаров и услуг, проведения научных исследований, разработки новых технологий, продвижения в области искусства, образования, спорта и т. д

8. **Стратегия** имеет несколько иерархических уровней - от человека (элемента системы) до всего человечества как планетарной глобальной системы. Стратегия на каждом уровне устанавливает главные цели и направление функционирования системы и ее подсистем.

Среди специалистов по информации и коммуникациям выделяются те, кто способен к стратегическому мышлению и планированию, и простые исполнители. Вторые, естественно, не привлекаются к стратегическим вопросам. Стратегические коммуникаторы могут выступать в роли *советников* первых лиц (т.е. работать на стороне руководителя, но не идти у него на поводу).

Выделяются такие характеристики, свойственные стратегическому мышлению, как, например:

-системная перспектива;

-сфокусированное намерение;

-открытость новому опыту;

-мышление во времени, работа с гипотезами.

Эд Блок, длительное время исполнявший обязанности исполнительного директора компании «АТ и Т» по связям с общественностью, отметил качества, какими должен обладать сотрудник этой службы. «В этой роли мне нужен человек, тонко чувствующий настроение общественности, с исчерпывающим знанием бизнеса и «намертво» связанный с его внешним

и внутренним окружением. Мне нужен человек, имеющий контакт с «душой» бизнеса, человек, разделяющий мои взгляды и понимающий мои чувства. Я не нуждаюсь в исполнителе или «стороже». Мне нужен сотрудник, который дает советы и будет влиять на мое мнение в широких диапазонах… Мне нужен сотрудник, к чьим советам прислушиваются и другие высшие управляющие не из-за того, что этот человек приближен ко мне, а из-за того, что его советы своевременны, содержательны и могут оказать помощь в работе».
Председатель компании «АТ и Т» Роберт Ален сделал похожее замечание; «Мне нужны сотрудники по связям с общественностью, которые будут действительно работать на моей стороне, а не идти у меня на поводу».
Администрация ожидает, что подразделение паблик рилейшнз будет управлять репутацией и прочным положением компании в рамках той же стратегической политики, которая реализуется и при управлении другими активами (Катлип С.,Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшнз. Теория и практика. М., 2005. С. 410-413).
[1].
9.Большинство организаций имеют документальное (письменное) изложение перспективных и ближайших целей и задач, смысла существования компании в виде миссии, философии, видения. Стратегические концепции и планы разрабатываются и в городах, и в регионах, и на уровне страны.
Коммуникативная стратегическая задача заключается в том, чтобы донести смысл целей, ценностей и норм поведения до всех сотрудников организаций, а также до внешней общественности. Коммуникативная служба должна иметь доступ к указанным документам, а если их нет, то участвовать в их разработке. Она также должна иметь перспективный план управления по задачам в рамках общего плана.
Коммуникативная тактика относится к операционному уровню и включает в себя средства и методы, используемые при претворении в жизнь стратегии.
10.Идентификационный профиль социальной системы включает в себя разработку ***системы коммуникативных интеграторов*** (относительно постоянных в течение ряда лет – 5-10 и более) и деятельность по их внедрению в общественное сознание. Стратегические коммуникативные интеграторы носят долговременный характер и оказывают жизненно важное влияние на внутреннюю и внешнюю общественность, объединяя их вокруг организации, города, страны и способствуя тем самым успешному развитию последних. Стратегические интеграторы создают долговременный идеентификационный профиль, выделяющий организацию среди других (дифференцирующая функция) и объединяющий вокруг себя общественность (интегрирующая функция).
Система коммуникативных интеграторов может включать в себя:
- интеграторы-факторы (миссия, стратегия, философия, девиз, стратегическая цель, название, логотип, герб, флаг и т. п.);
- интеграторы-результаты (репутация, имидж, бренд, идентичность, корпоративная индивидуальность);
- интеграторы внутренней среды (культура, нормы поведения, психологический климат);
-концепции и программы, объединяющие коммуникативную деятельность по реализации долговременных задач.
Стратегическое управление коммуникациями предполагает их разработку и реализацию во внутренних и внешних коммуникациях. Наряду с этим системно-интегративный характер требует содержательного единства их как элементов коммуникативной системы, а также

последовательности в их реализации. Необходимо изучение содержания каждого из коммуникативных интеграторов, методов их разработки и эмпирического анализа их роли с точки зрения влияния на людей. Особые и наиболее сложные вопросы – это анализ уровня системной целостности коммуникаций, взаимосвязи между интеграторами и формирование наиболее совершенной коммуникативной системы.

Формирование коммуникационных структур должно идти параллельно с разработкой и реализацией коммуникативных стратегии и политики. Развитая ***коммуникативная политика*** станет основой системной интеграции всех информационно-коммуникативных направлений работы от организации в частности и в целом до страны, что является важным фактором повышения эффективности их деятельности.

11. **Идентификационный профиль** включает в себя имя, логотип, герб, флаг, гимн, а также корпоративные ценности и стиль коммуникаций. Получение права быть узнаваемым имеет стратегическое значение. Или, другими словами, *узнаваемость* – один из важных элементов стратегии.

Идентификационный профиль – это те черты, которые субъекты коммуникаций сознательно или неосознанно выделяют с целью создания у заинтересованных лиц определенного образа, а имидж – это то, как такие черты воспринимаются в действительности. Объектом управления при этом являются: символы организации, коммуникации, стиль поведения людей.

Идентификационный профиль должен соответствовать стратегическим целям, влиять на их реализацию и быть их составной частью. Иными словами, стратегия начинается с разработки профиля, а не с подстраивания его под стратегические цели. Таким образом, выбор имени компании, логотипа, их цвета, шрифта и т. д. – это уже стратегия, хотя важнейшей ее частью является определение миссии.

Роль символики заключается в том, как она влияет на эмоциональное восприятие. И если, например, имя организации вызывает смех или неприятные ассоциации, то репутация ее уже снижается, даже независимо от качества выпускаемой продукции. С помощью символов происходит вербальная и визуальная идентификации компании.

12. Специалисты по коммуникациям дожны участвовать в разработке и реализации миссии и стратегии своих организаций.

Миссия и стратегия составляют ядро социальной системы.

Определяющими частями стратегии являются миссия и видение. ***Миссия*** – это краткое выражение функции, которую организация призвана выполнить в обществе. ***Видение*** выражает картину правдоподобного и желаемого состояния организации. (Видение образно называют Полярной звездой стратегического планирования).

Миссия и видение формируют главную цель, которая конкретизируется в задачах. Задачи выражают действия, установленные сроки, измеримый результат и расходы на достижение этого результата.

В сферу стратегической деятельности специалистов по коммуникациям входит участие в *разработке* миссии, видения, девиза, целей и задач организации, корпоративных ценностей. Стратегический аспект связан не только с разработкой миссии, но и с информированием о ней, продвижением и закреплением в сознании людей как целевого ориентира деятельности, объединяющего вокруг себя всех (от руководителя до рядового сотрудника) и влияющего в интегративном плане на внешнюю общественность.

Специалисты-коммуникаторы должны вместе с высшим руководством участвовать в создании миссии (если ее нет), в корректировке (если она несовершенна) и в процессе информирования о ней всеми средствами коммуникаций.
Миссия должна быть известна всему населению страны или региона, членам коллективов организаций, понята и принята ими. Осознавая, что от них скрывают определенную информацию или пытаются их обмануть, сотрудники перестают чувствовать себя единой командой, вследствие чего естественным образом возникает негативное отношение к руководству. Важнейшие вопросы внутренней жизни должны присутствовать в СМК. Продвижение миссии внутри и вне системы составляет важную часть стратегической коммуникации, в которой реализуется ее интегративная роль. Миссия – это некая «невидимая рука», которая направляет и организует коллективную работу сотрудников и населения.

Лекция 9. Коммуникации в организациях.

1.**Корпоративные коммуникации** – это система формальных и неформальных коммуникаций с внутренней и внешней средой организации, преполагающих изучение среды и воздействие на нее. Они касаются обсуждения экономических, политических, социальных и культурных проблем внутри и вне организации.

2. **Формальные коммуникации** связаны с выполнением производственных задач организации. Они включают приказы и инструкции, идущие сверху вниз, и отчеты, предложения, просьбы, снизу вверх (вертикальные коммуникации). На горизонтальном уровне нефомально передаются и обсуждаются новости, слухи, личные проблемы.

3. **Коммуникативные функции руководства** связаны с информированием работников о деятельности организации, ее результатах и проблемах, совместным обсуждением вопросов и формированием корпоративной идеологии. Формы коммуникаций – устные и письменные. Устные формальные – совещания, собрания, конференции, а неформальные – встречи, беседы. К письменным формам коммуникации относятся служебные документы, доски объявлений, листки новостей или газеты, электронная почта и др.

4. Важную роль играют **корпоративные СМИ**: газеты, радио, сайты. Печатные СМИ должны выходить регулярно. Материалы в них должны быть актуальными и интересными для сотрудников, и не только информировать об успехах, но и о реальных проблемах организации, еее структур и групп сотрудников. Тогда газета будет играть интегрирующую роль, объединяя людей вокруг общих задач. Растет значение Интернета во внутренних коммуникациях. Наиболее предпочитаемой формой коммуникации считаются непосредственные контакты с руководителем. Необходимо проведение собраний и конференций.

5. **Внешние коммуникации** с позиции системного подхода также включают в себя две группы функций – наблюдение за средой и воздействие на нее в целях успешного решения задач организации. Наблюдение за средой – это изучение официальных документов, материалов в прессе, анализ статистических данных, изучение общественного мнения и др. Вторая группа функций – это распространение информационных материалов (отчетов. статей, брошюр, рекламы) для различных целевых групп – потребителей, чиновников, депутатов, инвесторов, акционеров, журналистов, населения и др.

6. **Условиями эффективности корпоративных коммуникаций** являются полнота, правдивость, точность информации и способность производить благоприятное впечатление на внутреннюю и внешнюю аудиторию на основе реализации информационной и других теорий коммуникации. Все формы и виды коммуникаций должны действовать системно,

интегрированно фокусируя информационные, пиаровские, рекламные, маркетинговые средства для цивилизованного решения экономических и социальных задач.
7. В последнее время резко возросло значение **корпоративных сайтов**. Наиболее типичная структура их состоит из странички «О компании», информации о продуктах и услугах, новостей, обратной связи. Презентационная часть сайта «О компании» (О нас) должна включать ряд кратких, четких и выразительных материалов: миссию организации, девиз, философию (ценности), историю, стратегию. В свою очередь в миссии необходимо отразить потребности, которые призвана удовлетворять организация, клиентский и географический сегменты рынка, ключевые (конкурентные) преимущества, социальную ответственность, видение в будущем.

1. Учебная дисциплина ПРОДЮССИРОВАНИЕ МЕДИАКОНТЕНТА
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОРПОРАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ
Тема 1.2. Коммуникации в системе корпоративной социальной ответственности
3. Цели занятия

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, а также в выборе коммуникационных каналов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие, значение и виды корпоративных мероприятий.Корпоративные мероприятия для средств массовой информации: пресс-конференция, брифинг, пресс-тур.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОРПОРАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ
Тема 1.2. Коммуникации в системе корпоративной социальной ответственности
Текст лекции

1. Ключевые концепты КСО

2. КСО - нематериальный актив компании

3. КСО в контексте корпоративных коммуникаций: системный подход

4. От КСО к корпоративному гражданству и устойчивому развитию

1. Ключевые концепты КСО

Социальная политика сегодня предполагает вовлечение бизнеса и гражданского общества в решение ключевых социальных проблем. Реакцией транснациональных компаний на давление институтов гражданского общества стало формирование новой идеологии участие бизнеса в общественной жизни: идеология КСО. Благодаря специалистам по PR и бизнес-коммуникациям по всему миру концепция КСО получила широкое распространение как новая технология оправдания коммерческой и производственной деятельности компании, конечной целью которой по-прежнему остается максимизация прибыли. В РФ в последнее десятилетие КСО превратилось из предмета отвлеченных экспертных дискуссий в важный элемент корпоративных коммуникаций и сферу корпоративного управления.

В национальном регистре корпоративных нефинансовых отчетов зарегистрированы уже несколько сотен компаний, которые публикуют отчеты экологические, социальные и в области устойчивого развития. Была создана «социальная хартия российского бизнеса» в 2005 году. Глобальный регистр на сайте («глобальная инициатива по отчетности») включает почти 2000 нефинансовых отчетов.

Социальная ответственность компании (корпоративная социальная ответственность) – это её вклад в экономическую, экологическую и социальную деятельность, обеспечивающий и поддерживающий устойчивое развитие как самой компании, так и регионов её присутствия и общества в целом.

Социально ответственная компания – организация, ведущая свою деятельность, руководствующаяся принципами социальной ответственности, устойчивого развития и осуществляющая комплекс социальных программ в приоритетных для неё направлениях.
В Меморандуме «О принципах КСО» ассоциация менеджеров России определяет социальную ответственность бизнеса как «философия поведения и концепция выстраивания деловым сообществом, компаниями и отдельными представителями бизнеса своей деятельности в целях устойчивого развития и сохранения ресурсов для будущих поколений с опорой на следующие принципы:
- производство качественной продукции и услуг для потребителя
- создание привлекательных рабочих мест
- инвестиции в развитие производства и человеческого потенциала
- неукоснительное выполнение требований законодательством: налогового, трудового, экологического и др.
- построение добросовестных и взаимовыгодных отношений со всеми заинтересованными сторонами
- эффективное ведение бизнеса, ориентированное на создание добавленной экономической стоимости и повышение национальной конкурентоспособности в интересах акционеров и общества
- учет общественных ожиданий и общепринятых этических норм в практике ведения дел
- вклад в формирование гражданского общества через партнерские программы и проекты общественного развития».
Работа компании в области КСО состоит в том, что любые производственные и экономические решения принимаются с учетом социальных и экологических последствий для компании и для общества. КСО превращается в мощный фактор стратегического развития, укрепления деловой репутации и конкурентоспособности, а также роста рыночной капитализации компании. Фактически КСО – это политика и реализация стратегии устойчивого развития. КСО рассматривается как интегрированная часть управления компании. Документом, фиксирующим достигнутые показатели по проведению в практику деятельности принципов КСО, является корпоративный социальный отчёт.
Составляющие КСО:
1) Корпоративная социальная политика
2) Корпоративная социальная деятельность
3) Корпоративная социальная отчётность
Отчет направлен на внутренние и внешние целевые аудитории. Он готовится в соответствии с принципами существенности, охвата заинтересованных сторон, контекста устойчивого развития и полноты.
Определенной КСО в общепринятом понимании нет.
.
2. КСО - нематериальный актив компании
Практика крупных компаний показывает, что КСО трудно переоценить для бизнеса.
В первую очередь это укрепление корпоративного имиджа, что в современной экономике становится более важным, чем даже рост текущих финансовых результатов. Рост корпоративного имиджа достигается среди широкой общественности, а также среди государственных институтов и своего собственного персонала. Наиважнейшей целевой аудиторией являются также клиенты.

Деятельность компаний в области КСО и устойчивого развития существенно повышает акционерную стоимость компании в стоимость её бренда. По опросам, 86% инвесторов уверены, что социально ответственное вложение в перспективе повышает рыночную стоимость компании.

Во-вторых, в последнее время в бизнес среде наблюдается устойчивая тенденция перехода от этических инвестиций к инвестициям в устойчивость, которая получила логическое развитие в росте популярности индекса Доу-Джонса – это результат сотрудничества между ведущими индексирующими компаниями и организациями, проводящими исследования в области устойчивого развития. Процедура индексирования включает комплексную оценку экономических, социальных и экологических критериев с акцентом на создание долгосрочной акционерной стоимости. Подразумевает использование четко регламентированной методологии, основанной на проведении первичных исследований, применении лучших практик с учетом отраслевой специфики и ежегодное подведение итогов для выявления лучших практик с последующей публикацией рейтинга.

В-третьих, социальная составляющая деятельности компании влияет на её инвестиционную привлекательность. Любой инвестор, покупая пакет акций, оценивает весь спектр рисков. Компания может быть привлекательна с точки зрения текущей прибыльности, но крайне неустойчива с экономической, экологической и социальной в перспективе, что снижает её финансовые возможности. При стандартном анализе ценных бумаг могут игнорироваться или недоучитываться три важных фактора будущей прибыльности и потенциала стоимости:

1) Качество стратегического менеджмента
2) Гибкость (способность к адаптации)
3) Стабильность лидерских позиций в конкурентном окружении

Деятельность компании по отношению к экологическим, социальным, управленческим рискам (возможностям) становится всё более серьёзным показателем и основным индикатором для всех трёх факторов стоимости. Более того, деятельность компании в области развития общества существенно улучшают её отношения с гос.органами (особенно для градообразующих предприятий).

На основании вышеизложенного можно сделать следующий вывод: деятельность компании в области КСО и устойчивого развития целесообразно и возможно измерить и оценить. Средства, выделяемые на социальные нужды, окупаются, и эффект проявляется в следующих областях:

- улучшение имиджа торговой марки
- рост продаж и лояльность потребителей
- оптимизация привлечения и сохранения рабочей силы
- уменьшение контроля со стороны надзорных организаций
- снижение текущих расходов
- повышение производительности и качества
- рост финансовой эффективности
- доступ к капиталу
- стабильность акций

3. КСО в контексте корпоративных коммуникаций: системный подход

Выделяют несколько подходов к проектированию корпоративной социальной политики компании:

1) Проведение диагностики социально-корпоративной культуры компании с целью выявления уникальных элементов, представляющих потенциальную ценность в связи с внедрением концепции КСО.
2) Обозначение тематического поля развития социальной составляющей бренда компании.
Социальная капитализация корпоративного бренда, построенная на основе практики КСО включает:
- внутрикорпоративные ценности и культура
- условия труда и социальная гарантия для сотрудников
- развитие социально ориентированных отношений с персоналом
- тема корпоративного гражданства
- вовлечение федеральных органов власти, влиятельных общественных организаций, включая СМИ
- вовлечение региональных органов власти и местных сообществ
- следование принципам деловой этики, прозрачное ведение бизнеса (транспарентность)
- развитие отношений с инвесторами, партнёрами, акционерами
- развитие отношений с клиентами
3) Вовлечение менеджмента и ведущих специалистов компании во внутрикорпоративный диалог о социальной миссии, целях и задачах КСО компании
4) Бенчмаркинг российской и международной практики КСО с целью внедрения лучших образцов, методик и технологий в работу компании.
Обеспечение системного управления социальной деятельностью компании возможно при наличии пакета документов и материалов, где раскрывается видение и концептуальные подходы к планированию, управлению и реализации принципов КСО, что формирует смысловое пространство КСО компании. Его конструирование осуществляется через разработку и принятие следующих документов:
А) Социальная миссия – тезисное метафорическое выражение социального предназначения в деятельности компании.
Б) Корпоративная социальная политика – документ, где формулируется идеология, базовые принципы и подходы компании к КСО и вкладе в устойчивое развитие. Документ не имеет временных рамок, раскрывает социальную миссию компании в контексте долгосрочных целей бизнеса с учетом кодекса корпоративного поведения и других рамочных документов.
В) Социальная стратегия компании – описывает приоритеты КСО на среднесрочную перспективу с увязыванием со стратегическими и оперативными бизнес-задачами компании. Социальная стратегия – это инструмент стратегического и практического планирования, который позволяет компании разрабатывать целевые социальные программы в соответствии с корпоративной философией, социальной миссией и стратегическими направлениями деятельности.
Г) Целевые социальные программы – комплект документов, которые описывают содержательные и управленческие аспекты реализации социальной стратегии компании в привязке к конкретным группам потребителей, региональной специфики, бюджету и актуальным бизнес-задачам (развитие кадров, забота о пенсионерах, социальные инвестиции, устойчивое развитие региона и т.д.).
Д) Практика социальной деятельности компании – комплекс мероприятий по реализации целевых социальных программ. Практика носит непрерывный характер, т.к. компания находится в постоянных коммуникациях с целевыми аудиториями.

При проектировании интегрированной системы менеджмента КСО и методических разработок, применяемый при проектировании других управленческих процессов.
Система бизнес-процессов во взаимосвязи с различными видами ресурсов, по ответственным лицам, интегрированная с другими группами корпоративный бизнес-процессов. Важным является документационная составляющая: внутренние коммуникации, регламенты и методические рекомендации и т.д.
КСО должно опираться на уже имеющуюся систему управления, процедуру сбора и анализа социальной информации.
Уровни корпоративной социальной деятельности:
1) Макроуровень: затрагивает всю компанию через разработку и трансляцию мессаджей, касающихся целей, миссии КСО
При этом на данном уровне деятельность может осуществляться в 3х измерениях:
- спец.акции и мероприятия, охватывающие целевую аудиторию всех регионов деятельности компании
- работа по информированию органов гос.управления, инвесторов, зарубежных, в т.ч. деловых СМИ, и т.д. о социальной активности компании и т.д.
- разработка и проектирование мероприятий КСО, ориентированных на весь персонал компании.
2) мезоуровень – охватывает деятельность в области КСО на уровне отдельных территорий (регион, округ, область, областной краевой центр). Задачи адаптированы к специфике региона и учитывает интересы и позиции компании на данной территории.
3) микроуровень – связан с реализацией принципов КСО с учетом индивидуальной ситуации и интересов отдельной компании, отдельного структурного подразделения.
Возможные направления развития КСО:
А) Развитие темы социального инвестирования, которые можно рассматривать с двух сторон: во-первых, проведение целенаправленной долгосрочной политики компании по решению общественно значимых задач, основанная на взаимовыгодных вложениях ресурса для всех участников процесса. Во-вторых, социальное инвестирование может использоваться в контексте целевых программ, которые предусматривают совместное участие с другими партнерами в области КСО.
Б) Охват заинтересованных сторон (стейк-холдеров).
4. От КСО к корпоративному гражданству и устойчивому развитию
Последние тенденции развития корпоративных коммуникаций предусматривают расширенный подход в области социальной активность, поэтому все большее распространение получают концепции корпоративного гражданства и устойчивого развития.
Корпоративное гражданство – подход, который проявляется в стратегической и текущей деятельности организации и отражает специфику отношений со всеми стейк-холдерами и окружающей средой. Корпоративное гражданство осуществляется на локальном национальном и международном уровне и объединяет 2 типа мышления: КСО и теорию заинтересованных лиц, а также основано на объединении прав и обязанностей компании, отношении к КСО стейк-холдерами, а также возможностями и вызовами глобального делового окружения.
Сущностными элементами корпоративного гражданства является:

- система управления ответственности: последовательная, систематическая и целостная. Реализуется при поддержке внешних консультантов в области промышленности, экологии и социальной политики
- система гарантии ответственности и процессов. Внешняя гарантия основывается на глобальных стандартах внешней проверки, мониторинга и сертификации.

Компания широко трактует понятия корпоративного гражданства, включая туда деятельность по охране окружающей среды, медицинское обслуживание работников, выпуск надежных и безопасных товаров, соблюдение профессиональных и этических норм, участие в программах местных сообществ и т.д. Эта концепция лежит в основе всех ТНК в условиях глобализации. На внутриорганизационном уровне реализация КСО означает вовлечение сотрудников в инвестиционные программ по развитию человеческого капитала, защиты здоровья, охраны труда и т.д., что позволяет превратить некоторые области социальной ответственности в законные требования. В результате помимо национальных программ устойчивого развития передовые компании разрабатывают собственные корпоративные планы.

Устойчивое развитие – это способность компании в течение длительного времени обеспечивать рентабельность активов, удовлетворяющую минимальным требованиям акционеров в отношении размеров дивидендов и капитализации акций при соблюдении комплекса ресурсных институциональных, экологических, технологических, социальных и иных ограничений, в рамках которых возможен выбор стратегических альтернатив.

Причинами этого являются следующие явления:

1) Новые заботы и ожидания граждан, потребителей, инвесторов, власти, в контексте организации и масштабных изменений в промышленности.
2) Возрастающая роль социальных факторов при принятии решений потребителями, инвесторами и др.
3) Возрастающая обеспокоенность за окружающую среду.
4) Транспарентность бизнеса, в связи с новыми информационными и коммуникационными технологиями.

1. Учебная дисциплина ПРОДЮССИРОВАНИЕ МЕДИАКОНТЕНТА
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 2. ВНЕШНИЕ И ВНУТРЕННИЕ КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ
Тема 2.1. Внешние корпоративные коммуникации
3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, работой с целевой аудиторией и формально-содержательные характеристики.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	*Задачи и функции корпоративных изданий. Виды корпоративных изданий: газеты, журналы, публичные отчеты, буклеты, проспекты, каталоги*	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. РАЗДЕЛ 2. ВНЕШНИЕ И ВНУТРЕННИЕ КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ
Тема 2.1. Внешние корпоративные коммуникации
Текст лекции

Любая структура или организация обладает внутренними и внешними коммуникационными потоками: внешние задают ее отношение с общественностью, внутренние — с собственными сотрудниками.

Внешняя среда для организации представляет сложную совокупность субъектов, систем и их взаимоотношений, как между собой, так и с организацией.

Структура субъектов, взаимодействующих с организацией имеет следующий вид.

1. Связи и отношения организации, установленные с:
- партнерами по бизнесу;
- потребителями;
- конкурентами;
- операторами рыночной инфраструктуры;
- инвесторами, аналитиками (финансовые связи).

 Связи и отношения организации, установленные с органами власти.
- органы законодательной власти;
- органы исполнительной власти;
- органы муниципальной власти;
- хозяйственные государственные организации;
- регулирующие и контролирующие государственные органы;
- правоохранительные органы;
- организации социального развития;
- государственная инфраструктура;
- международные организации.

 Бизнес-системы:

1. рыночная инфраструктура;

2. национальные деловые традиции.
3. государственная политика в ключевых вопросах экономики, финансов и бизнеса;
4. государственная ресурсная политика;
5. нормативно-правовая среда бизнеса;
6. международная и национальная системы контроля и мониторинга.

 Коммунальные и экологические связи установленные с:

- информационными системами;
- средствами массовой информации;
- влиятельными журналистами и аналитиками.

Рассмотрим специфику взаимодействия с представленными субъектами.

Взаимодействие с партнерами по бизнесу. К классу партнеров по бизнесу относятся все организации, состоящие с субъектом бизнес-отношений в устойчивых контрактных связях по поводу любых процедур или этапов ведущегося им бизнеса. Это поставщики сырья, полуфабрикатов, комплектующих изделий или услуг, необходимых для выпуска своей продукции; партнерами являются также организации-смежники, работающие в рамках единого технологического цикла или сопряженных с ним процессов — субподрядчики.

Взаимодействие с потребителями. К клиентуре организации относятся потребители готовой продукции или услуг, получающие их непосредственно из организации — субъекта бизнес-отношений. Взаимодействие с потребителями является важным направлением маркетинговых коммуникаций предприятия. Из всего комплекса маркетинговых мероприятий в данном случае выделяется прямое информирование потребителей о товарах или услугах, о самом предприятии. К этому же направлению относятся различные виды прямых и опосредованных коммуникаций с потребителем, ответы на письма, предложения, жалобы и пр. Предприятия и организации посредством проведения мероприятий, направленных на взаимодействие с потребителями, стремятся использовать самые разные формы прямых контактов со своими конечными клиентами. В результате развития компьютерных систем и электронных технологий такие контакты устанавливаются не только при помощи традиционных почтовых рассылок и пр., но также с использованием Интернета, электронной почты, телефона, СМС, телетекста.

Мероприятия взаимодействия с потребителями позволяют производителям обращаться напрямую к покупателям, минуя продавцов и торговых посредников. В рассматриваемом направлении используются такие коммуникационные средства и инструменты, которые позволяют производителю получить немедленный отзыв о товаре или услуге, активно мотивировать потребителя, быстро реагировать на потребительское поведение.

Взаимодействие с операторами рыночной инфраструктуры. Операторы рыночной инфраструктуры отличаются от партнеров и потребителей в основном неупорядоченностью, стихийностью связей.

Взаимодействие с конкурентами. Непростыми и в коммуникационно-психологическом смысле, и в организационном, и в структурном построении являются отношения с конкурентами. В их массиве можно выделить агрессивных конкурентов, конфликт с которыми максимален, а состязание за рыночную нишу — жесткое, и дружески соревнующихся, работающих в условиях неудовлетворенного спроса.

Взаимодействие с инвесторами и финансовые связи. Данное направление ориентировано на финансовое сообщество, инвесторов, государственные финансовые органы, регулирующие деятельность акционерных обществ. Коммуникации в финансовой сфере обеспечиваются

широким спектром информации о финансовой деятельности, проведении той или иной финансовой сделки, изменении курса акций и прочее. В составе аудитории, на которую направлена данная активность отделов корпоративных коммуникаций — финансовые аналитики и аналитики рынка ценных бумаг, те, кто формирует мнение и дает компетентный анализ финансовой ситуации.

К числу целевой аудитории в данном случае относятся также: персонал и администрация агентств, работающих с ценными бумагами, финансовые посредники, обозреватели по финансам и инвестициям, инвестиционные банки, коммерческие банки, департаменты депозитов ценных бумаг, сотрудники консалтинговых фирм, занимающиеся анализом рынка ценных бумаг, советники по капиталовложениям, страховые компании и пенсионные фонды, приобретающие котирующиеся ценные бумаги, инвестиционные фонды, финансовые статистические организации.

Важными направлениями работы, осуществляемой в рамках финансовых связей и характерной для коммуникационных служб предприятий и организаций, являются издание ежегодных финансовых отчетов и совместная с руководством подготовка и проведение акционерных собраний.

2. Внешняя система коммуникаций представлена также взаимодействием организации с органами власти. Данное направление обращено к экономическому, социальному и политическому окружению предприятия. Задачей коммуникативного взаимодействия с органами власти является обеспечение совместной работы с государственными структурами, обществом, действием в структуре общей экономической системы.

Множество связей и отношений бизнеса с властью и государственными структурами представляет тесное переплетение разнообразных контактов, иных форм взаимодействия, образующихся в ходе развития организации. Они представляют как обязательные и долгосрочные отношения (с регулирующими и контролирующими организациями, государственными партнерами), так и необязательные связи, возникающие по конкретному поводу. Часть из них регламентируется нормами и правилами, часть — сложившейся традицией, часть — инициируется бизнесом, часть — государственными контрагентами.

Важным и деликатным направлением взаимодействия с органами власти является лоббирование. Под лоббированием традиционно понимается влияние заинтересованных групп или организаций на принятие решений властными структурами, как правило, законодательными органами. Термин происходит от английского слова коридор, кулуар, так как исторически давление на власть часто осуществлялось в парламентских коридорах.

3. Бизнес-системы деловой среды вносят в нее регулирующее и упорядочивающее начало: на основе их норм и правил формируется структура деловой среды и строится вся система ее внутренних отношений. Принятые и действующие нормативные документы формируют то, что принято называть рыночной инфраструктурой бизнеса.

Вторым специфическим видом бизнес-систем деловой среды является комплекс деловой культуры — традиции, исторический опыт, деловая активность и этика, общественные ценности и установки в отношении ведения бизнеса, свойственные данному народу в целом, нации или этнической группе населения государства либо отдельному государственному, историческому или административному территориальному образованию. В народном сознании существует массив накопившихся и породивших исторический опыт наблюдений и исторических выводов, он играет заметную роль в развитии деловой культуры и навыков бизнеса. Другая особенность — тесная увязка обоих видов. Инфраструктура формируется под

воздействием национально-культурных традиций, а та, в свою очередь, ощущает их влияние.*(крыша, взятки)*

4. В рамках внешней среды организации также имеют место коммунальные и экологические связи.

Коммунальные связи — это связи, ориентированные на проживающих в месте расположения предприятия (организации) и нацеленные на формирование добрососедских отношений. Развитие коммунальных связей определяется не только экономическими интересами предприятия или организации. Отстраненность предприятия от социальных проблем, его ориентация исключительно на производственный процесс уже является реалиями прошлого. Современное предприятие определяет свое место не только в экономической, но и социальной жизни общества. Конкретными и реальными направлениями социальных интересов предприятия являются не только его сотрудники и спонсорские объекты. Социальная роль предприятия активно проявляется в месте расположения его производственных структур. Коммуникационная политика, ориентированная на прилегающие к предприятию территории, обусловлена и кадровыми интересами. В населенных пунктах, расположенных вблизи предприятия, проживают, как правило, его сотрудники и члены их семей. Таким образом, муниципальная активность предприятия является также фактором взаимодействия с персоналом.

Важность добрососедских отношений определяется, в том числе, стремлением к предотвращению территориальных конфликтов, возможных конфликтов из-за кризисных и аварийных ситуаций. Для предприятий, производящих товары широкого спроса, население прилегающих территорий является также заинтересованным и особо мотивированным слоем потребителей. Известно, что продукция предприятий, расположенных в зоне проживания, пользуется повышенным вниманием покупателей.

Экологические связи обращены к решению вопросов экологического баланса и представления предприятия в дискуссиях о действиях в области охраны окружающей среды. Для производителей товаров народного потребления и производителей продовольственных товаров дополнительной проблемой является экологическая безопасность производимого продукта. Требования к экологической безопасности вызваны не только активно меняющимся общественным сознанием, но также крупными промышленными и технологическими авариями и катастрофами.

Классификация внешней среды — важное условие понимания ее особенностей и структуры, но не единственное, что необходимо знать менеджеру для планирования и осуществления успешного управления коммуникациями с ней. Внешняя среда является не только источником коммуникационного потенциала и развития бизнеса организации, но и очагом рисков для нее. С внешней средой происходит не только обмен информацией и идеями, но и ресурсами, включая людские. Чем более открыто общество, тем интенсивнее происходящее общение, тем выше вероятность получения поддержки от внешней среды, но тем больше и риски, которые несет общение с ней. Внешняя среда, как и каждый сектор человеческой жизнедеятельности, представляет достаточно автономное пространство для существования, активности и развития.

1. Учебная дисциплина ПРОДЮССИРОВАНИЕ МЕДИАКОНТЕНТА
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 2. ВНЕШНИЕ И ВНУТРЕННИЕ КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ
Тема 2.2. Внутрикорпоративные коммуникации
3. Цели занятия

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний коммуникационных эффектов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие, сущность и основные функции внутрикорпоративной коммуникации. Персонал - содержание понятия и его классификация в организации	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. РАЗДЕЛ 2. ВНЕШНИЕ И ВНУТРЕННИЕ КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ
Тема 2.2. Внутрикорпоративные коммуникации
Текст лекции

К-ии в организациях – это взаимодействия, в которые вступают члены коллектива при выполнении своих обязанностей или должностных инструкций.

Организация – это объединение людей, совместно реализующих программу или цель и действующих на основе определенных правил.

(Коммуникация — это функция управления, позволяющая при помощи правильно организованной передачи информации обеспечить надежное соединение всех звеньев предприятия и их взаимодействие)

Внутренние коммуникации – это коммуникации, которые имеют место в рамках организации между отдельными работниками или подразделениями организации.

Типы внутренних коммуникаций:

По **вертикальным каналам** осуществляется обмен информации между руководителями и подчиненными. Подтипы:

- восходящие
- нисходящие (как установление межличностных связей) коммуникации.

Основные цели нисходящих коммуникаций:

1) постановка конкретных задач по выполнению работы;
2) обеспечение информацией о принятых в данной организации процедурах и практике;
3) обеспечение информацией, касающейся смысла исполняемой работы;
4) информирование подчиненных о качестве их работы;
5) предоставление идеологической информации для облегчения восприятия целей.

Формы реализации:**письменные** (журналы, газеты, письма, доски объявлений, плакаты, меморандумы) и **устные** (приказы руководителей, речи, заседания, система публичных выступлений).

Восходящие коммуникации практически лишены директивности. Необходимым условием эффективных восходящих коммуникаций является свободный подход, вовлекающий работников в процесс управления и наделяющий их полномочиями.
Функция: оповестить о том, что делается на низших уровнях.
Формы обмена информацией: в основном в форме отчетов, предложений и объяснительных записок.
(на всякий случай, мало ли, доп.вопрос) *Для повышения эффективности восходящих коммуникаций используют:*
- процедура обжалования, которая позволяет работникам обратиться с жалобой к вышестоящему руководителю в обход своего непосредственного начальника;
- политика открытых дверей, т.е. дверь к руководителю открыта для того, чтобы можно было поделиться с ним своими соображениями;
- консультации, опрос общественного мнения, собеседования с работниками, увольняющимися из организации. Отдел кадров может значительно повысить эффективность восходящих коммуникаций путем недирективных конфиденциальных консультаций, опросов мнения работников, интервью с работниками, увольняющимися из организации;
- партисипативные методы — принятие решений с участием работников.

II. **Вертикальные и горизонтальные.**
1. **Вертикальные коммуникации** – это общение между руководителями и подчиненными с целью прояснения задач, приоритетов, ожидаемых результатов, обсуждения проблем повышения эффективности работы, сбора информации о назревающих или существующих проблемах, оповещения о грядущих изменениях и т.д.
2. **Горизонтальные коммуникации** – это общение лиц, равных по положению.

Основная задача: координация заданий, решение возникающих проблем, обмен информацией, разрешение конфликтов.
К горизонтальным коммуникациям относят информационный обмен между службами и отделами, которые не находятся в непосредственной зависимости друг от друга, то есть располагаются на одном уровне управленческой иерархии. Такие коммуникации позволяют координировать деятельность подразделений и тем самым повышать эффективность функционирования организации.

III. Внутренние коммуникации могут быть **межличностными и организационными**.
1. **Межличностные коммуникации** связывают двух или более человек.
2. Организационные коммуникации предполагают, что в коммуникацию вступают две или более группы людей, каждая их которых имеет свои собственные интересы.

IV. **Формальные и неформальные.**
1. **Формальные** связывают отдельные элементы организационной структуры. Устанавливаются при помощи правил, закрепленных в должностных инструкциях и внутренних нормативных документах.
2. **Неформальные коммуникации** в целом не связаны с иерархией организации.

Канал неформальных коммуникаций можно назвать каналом распространения слухов. По данному каналу связи информация передается намного быстрее, чем по каналам формального сообщения, однако слухам приписывается репутация неточной информации.

Характеристика обратной связи при межличностной коммуникации (млк) в орг-ии:

Эффективная МЛК

- Цель – помочь сотруднику
- Инф.носит конкретный характер (детальная инструкция)
- Инф.о сотруднике носит описательный характер
- Принимается во внимание готовность к восприятию обратно связи

Неэффективная МЛК

- Цель – критика сотрудника
- Инф.имеет общий характер (Формулировки по типу: «Отчет в ближайшее время», «Форму установите сами» итд)
- Оценочный характер (переход на личности)
- Обратная связь несущественна или направлена на то, чтобы заставить сотрудника оправдываться

Формы деловой коммуникации в организации.

К деловым коммуникациям относятся беседы, совещания, собрания, переговоры, конференции, разнообразные деловые встречи, обеспечивающие эффективность как внутренних, так и внешних взаимодействий.

- Деловой разговор (обращение, запросы) Цель такой коммуникации — обмен информацией по конкретному вопросу.
- Деловая беседа
- Деловое совещание (требует коллективного осмысления чего-л.)
- Пресс-конференция
- Деловые переговоры

Внутренние коммуникации – это каналы связи, посредством которых организация взаимодействует с внутренними аудиториями, прежде всего – с персоналом.

Внутренние коммуникации:

- должны помогать работнику понимать корпоративную культуру, цели и ценности.
- должны доводить до всех сотрудников информацию о событиях и решениях, которые касаются работы всех отделов.

Особенно важны хорошие внутренние коммуникации в период кризиса, когда надобно, чтобы каждый сотрудник не просто подчинялся указаниям сверху и выполнял инструкции, но мог действовать самостоятельно, имея в виду общую ситуацию и выгоду всей фирмы.

Внутренняя коммуникация связывает все отделы компании воедино, через все уровни, и формирует чувство общности.

Признаки хорошей внутрикорпоративной коммуникации:

1. **Информативность** — это должен быть не просто набор слов, а что-то, что как-то повлияет на работу.
2. **Ясность** — сообщение должно быть составлено с учетом восприятия тех, кому оно предназначено.
3. **Своевременность.** Сотрудники должны получать необходимую информацию раньше, чем она выходит за пределы фирмы и предоставляется клиентам, партнерам, конкурентам.
4. **Независимость и беспристрастность** — любая ложь или недосказанность все равно рано или поздно вскроются.
5. **Лаконичность**.

Выстроенная система корпоративных коммуникаций позволяет компании:

- создать/совершенствовать систему управления знаниями,
- повысить эффективность работы персонала,
- повысить лояльность, корпоративность сотрудников, мотивировать их,
- повысить привлекательность компании как работодателя,
- предупредить появление кризисов в компании др.

Развитие/создание системы корпоративных коммуникаций направлено, прежде всего, на устранение препятствий, мешающих обмену информацией между сотрудниками, и создание новых средств для его ускорения.

Система внутрифирменных коммуникаций является основным инструментом по построению и поддержанию системы управления знаниями, необходимым для полноценного поиска, распространения и передачи корпоративных знаний.

Частью системы коммуникаций являются:

- система оценки персонала,
- мероприятия по обучению и развитию персонала,
- наставничество,
- адаптация новых сотрудников,
- кружки качества с их рационализаторскими предложениями,
- корпоративные мероприятия,
- праздники и др.

Психологическая структура внутренних коммуникаций.

Она характеризует роли участников коммуникационного процесса. Правильный, психологически аргументированный подбор исполнителей ролей является важным фактором, обеспечивающим необходимые потоки информации.

Четыре типа «коммуникаторов» в организации:

- «сторож» — работник, контролирующий прохождение информации к другим работникам. Чаще всего эту роль играют секретари, операторы телефонных станций, диспетчеры и т.д.;
- «лидер мнений» — работник, оказывающий влияние на мнения и поведение других работников.

Это может быть неформальный лидер, чье мнение противоречит официальному;

- «связной» — работник, служащий связующим звеном между различными группировками;
- «пограничник» — работник, имеющий высокую степень связей с внешней средой.

Инструменты:

- Электронная почта
- внутрикорпоративная сеть
- Корпоративная газета, брошюры
- Корпоративные видео-ролики

Для нормальной, эффективной организации труда, для управления совместной координированной деятельностью большое значение имеют прием, передача и обработка информации. Многое зависит от самой организации — как построена ее коммуникационная структура, насколько эффективны коммуникационные системы и связи.
Коммуникационная структура может быть представлена как сеть каналов или путей, по которым в организации происходит обмен информацией и мнениями.

Внутренние коммуникации в организации являются результатом осуществления функции внутренней самоорганизации, управления. В практическом плане это обмен идеями, достижение соглашений, распорядительно-подотчетные отношения, обмен информацией по поводу реализации целей и задач организации, взаимоотношения с персоналом и между членами коллектива. Процесс внутренних коммуникаций должен завершаться достижением согласия контрагентов и реализуется в форме межличностных и организационных отношений.
Межличностные коммуникации — это связи между отдельными личностями. Они не ограничены уставным регламентом, распространяются за его пределы.
Организационные коммуникации — это коммуникации, протекающие в рамках задач и интересов конкретной организации.
В ходе коммуникационного взаимодействия внутри организации достигаются следующие цели:

- обеспечивается создание информационных каналов между сотрудниками и структурными подразделениями, с помощью которых создается система информационного обмена в организации, сотрудники и руководители которой планируют и координируют свою деятельность;
- развиваются и совершенствуются межличностные отношения, благодаря чему персонал превращается в работоспособный коллектив;
- обеспечивается создание полных производственных процессов и циклов по реализации задач организации;
- регулируются и оптимизируются внутриинформационные потоки;
- создается коммуникационная основа для развития эффективной системы внешних связей.

В рамках организации взаимодействие между сотрудниками осуществляется при помощи разнообразных средств системы внутренних коммуникаций (табл. 1).

Таблица 1.

Средства внутренней системы коммуникации

Устные средства	1. Персональные беседы (как при приеме на работу, так и регулярные беседы руководитель — подчиненный). 2. Групповые беседы. 3. Собрания отдельных подразделений, отделов, общие собрания
Письменные средства	1. Внутрифирменная газета. 2. Распространение внутренней информации. 3. Доска объявлений. 4. Брошюры для сотрудников. 5. Годовые отчеты предприятия. 6. Годовые социальные отчеты
Визуальные и аудиовизуальные средства	1. Видеокассеты. 2. Магнитофонные кассеты. 3. Компакт-диски
Социальные средства	1. Подарки к персональным событиям. 2. Финансирование производственного кафе. 3. Финансирование внутренних фитнес-программ. 4. Социальная помощь отдельным сотрудникам.

	5. Спонсорство. 6. Внутренняя пенсионная касса. 7. Скидки при приобретении продукции предприятия
Общие мероприятия	1. Юбилеи предприятия. 2. Дни открытых дверей для членов семей сотрудников предприятия. 3. Совместные рождественские и др. праздники. 4. «Кофейные туры», пикники, гриль, выезды на природу и пр. 5. Однодневные экскурсии. 6. Культурно-развлекательные программы. 7.Спортивные программы

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина ПРОДЮССИРОВАНИЕ МЕДИАКОНТЕНТА
2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. ОРГАНИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОРПОРАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Тема 1.1. Основы стратегических корпоративных коммуникаций

Тема 1.2. Коммуникации в системе корпоративной социальной ответственности

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний этапов проектирования коммуникативных компаний.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие и классификация стратегических корпоративных коммуникаций	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Понятие, значение и виды корпоративных мероприятий	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Понятие «Внутрикорпоративные связи с общественностью» (Internal Public Relations).
2. Система внутрикорпоративных коммуникаций.
3. Организационная коммуникация и внутренняя общественность.
4. Внутриорганизационная информация. 4 вида внутриорганизационной информации.
5. Предмет внутрифирменных PR. Задачи и функции внутрифирменных PR.
6. Единые принципы внутрикорпоративных PR.
7. Преимущества внутрикорпоративных PR.
8. Разработка и внедрение концепции коммуникаций: этапы.
9. Управление информационно-коммуникационными проектами в внутрикорпоративных связях с общественностью.
10. Корпоративные коммуникации при найме на работу. Сотрудничество PR-отдела и HR-отдела.

Тема практического занятия: Организация стратегических корпоративных коммуникаций

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольных работ

Темы контрольных работ

11. Понятие «Внутрикорпоративные связи с общественностью» (Internal Public Relations).
12. Система внутрикорпоративных коммуникаций.

13. Организационная коммуникация и внутренняя общественность.
14. Внутриорганизационная информация. 4 вида внутриорганизационной информации.
15. Предмет внутрифирменных PR. Задачи и функции внутрифирменных PR.
16. Единые принципы внутрикорпоративных PR.
17. Преимущества внутрикорпоративных PR.
18. Разработка и внедрение концепции коммуникаций: этапы.
19. Управление информационно-коммуникационными проектами в внутрикорпоративных связях с общественностью.
20. Корпоративные коммуникации при найме на работу. Сотрудничество PR-отдела и HR-отдела.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1
форма рубежного контроля – Контрольная работа

1. Предмет и объект корпоративных коммуникаций.
2. Основные типы коммуникации.
3. Коммуникационный менеджмент и коммуникационная политика организации.
4. Место и роль корпоративных коммуникаций в развитии коллектива и личности.
5. Основные этапы коммуникационного процесса в организации.
6. Обратная связь в коммуникации.
7. Коммуникатор, сообщение, аудитория, как составные части коммуникационной среды.
8. Коммуникативное пространство.
9. Организация управления коммуникативным пространством.
10. Коммуникативная структура организации.
11. Формы и методы организационных коммуникаций, их роль в корпоративных коммуникациях.
12. Специфика коммуникаций в государственных и муниципальных органах государственной власти.
13. Корпоративные мероприятия для потребителей.
14. Организация культурно-массовых корпоративных мероприятий.
15. Уровни корпоративной социальной ответственности бизнеса.
16. Принципы КСО.
17. Содержание и публикация социальных отчетов.
18. Международный опыт социально ответственных компаний.
19. Российская практика КСО.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает

в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина ПРОДЮССИРОВАНИЕ МЕДИАКОНТЕНТА
2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. ВНЕШНИЕ И ВНУТРЕННИЕ КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Тема 2.1. Внешние корпоративные коммуникации

Тема 2.2. Внутренние корпоративные коммуникации

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, работой с целевой аудиторией и формально-содержательные характеристики.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Задачи и функции корпоративных изданий. Виды корпоративных изданий: газеты, журналы, публичные отчеты, буклеты, проспекты, каталоги. Реклама и PR в корпоративных изданиях.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Понятие, сущность и основные функции внутрикорпоративной коммуникации. Персонал - содержание понятия и его классификация в организации.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Виды корпоративных сайтов и их выбор.
2. Контент-менеджмент корпоративного сайта.
3. Интерактивные сервисы на корпоративном сайте.
4. Поисковая оптимизация корпоративного сайта.
5. Формы технической поддержки корпоративного сайта.
6. Показатели эффективности корпоративного сайта.
7. Корпоративные периодические издания, их место на российском рынке СМИ.
8. Концепции корпоративных СМИ.
9. Рекламные корпоративные издания.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Тема практического занятия: Внешние и внутренние корпоративные коммуникации

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольных работ

Темы контрольных работ

1. Принципы планирования и организации внутрикорпоративных мероприятий.
2. Принципы освещения внутрикорпоративных мероприятий во внутренних и массовых источниках информации.
3. Понятие «фирменный стиль» во внутрикорпоративных связях с общественностью. Основные составляющие фирменного стиля.

4. Принципы разработки и соблюдения фирменного стиля. Сохранение фирменного стиля компании в пространстве и во времени.
5. Понятие «корпоративная культура» в системе внутрикорпоративных PR. Основные характеристики корпоративной культуры.
6. Модели корпоративной культуры. Составляющие корпоративной культуры.
7. Миссия и кредо организации в корпоративной культуре.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2
форма рубежного контроля – Контрольная работа

1. Виды общения на групповом и межличностном уровне в органи зации.
2. Методы убеждения и внушения, механизмы заражения и подражания в коммуникации.
3. Приемы и методы работы с ключевыми и целевыми аудиториями в корпоративных коммуникациях.
4. Формальные и неформальные коммуникации.
5. Коммуникационный менеджмент и персонал организации. Особенности корпоративных коммуникаций при подборе, приеме, адаптации кадров
6. Коммуникационный менеджмент в кризисных и конфликтных ситуациях.
7. Коммуникационный менеджмент и корпоративная культура.
8. Понятие и виды коммуникационных барьеров.
9. Способы преодоления коммуникативных барьеров в деловой коммуникации.
10. Социальные, психологические, этические и культурные различия между людьми как основа коммуникативных барьеров.
11. Национальный характер и его отражение в корпоративных коммуникациях.
12. Мотивационный ресурс корпоративных коммуникациях
13. Корпоративные Интернет-издания.
14. Средства внутрикорпоративных коммуникаций.
15. Мессенджеры как современные средства внутрикорпоративных коммуникаций.
16. Культура внутрикорпоративного делового общения.
17. Основные правила информационной безопасности внутрикорпоративных коммуникаций.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников

круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОРПОРАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Тема 1.1. Основы стратегических корпоративных коммуникаций

Не предусмотрены

Тема 1.2. Коммуникации в системе корпоративной социальной ответственности

Не предусмотрены

РАЗДЕЛ 2. ВНЕШНИЕ И ВНУТРЕННИЕ КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Тема 2.1. Внешние корпоративные коммуникации

Не предусмотрены

Тема 2.2. Внутрикорпоративные коммуникации

Не предусмотрены

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
ФОТОЖУРНАЛИСТИКА

Направление подготовки
«42.03.02 Журналистика»

Направленность
Журналистика

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос — это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. Основы теории и истории фотожурналистики	
Тема 1.1. История и развитие современной фотожурналистики	История и развитие современной фотожурналистики История и развитие современной фотожурналистики и задачи курса. Структура основных понятий. Фотожурналистика как сфера массовой информационной деятельности. История возникновения жанров фотожурналистики.
Тема 1.2. Жанры фотожурналистики	Жанры позволяют фотожурналистам эффективно передавать информацию, эмоции и идеи через визуальные образы. Фотозаметка - основной жанр фотожурналистики, направленный на фиксацию единичного факта с акцентом на оперативность информации.Фоторепортаж - жанр, представляющий собой развернутое коммуникативное действие, направленное на освещение многосоставного события.Фотопортрет - жанр, позволяющий запечатлеть индивидуальность или группу людей, не искажая их

	внешность.Фотоиллюстрация - жанр, дополняющий текст изображением, требующий обязательного комментария.Фотокорреспонденция - жанр, анализирующий сложившуюся ситуацию, подводящий итоги и дающий оценку событиям.Фотоочерк - жанр, акцентирующий внимание на человеке и социальной действительности.Фотозарисовка - жанр, предшествующий фоторепортажу, отражающий социальные контрасты.Фотомонтаж и фотоколлаж - жанры, использующие несколько изображений для создания единого образа.Фотосерия и фотоплакат - жанры, объединяющие несколько фотографий в единое целое.
Раздел 2. Основы фототехники и фотосъемки	
Тема 2.1. Техника фотографии	Основные аспекты техники фотографии, включая теоретические знания, практические навыки и работу с программным обеспечением для обработки изображений. Введение в фотографию: типы фотообъективов, основные фотоматериалы, принцип проявления и фиксирования фотоизображения.Основы фотосъемки и позитивного процесса: экспозиция, взаимосвязь диафрагмы и выдержки, виды светофильтров, фотоштативы и их заменители, самостоятельная фотосъемка в разных условиях освещенности, проявление фотопленок, типы проявлений, оптимальный режим обработки негативов, обращение с негативами, обработка и хранение, позитивный процесс, виды фотобумаг, фотопечати с негативов разной плоскости и контраста.Волшебный свет: источники света, солнце, осветительные приборы, основные и дополнительные цвета, спектральный состав света.Цифровая обработка изображения: основы работы с программами Adobe Photoshop, Windows Live, навыки обработки фотографий.Фоторепортажная съемка: принципы построения композиции, функциональное назначение и идейное содержание фотоснимка, жанровая фотография, репортаж или мгновения жизни, психология восприятия, стереотипы и их содержание, особенности фотосъёмки, экспозиция и её влияние на воспроизведение изображения, экспозиция по результатам измерения освещённости объекта, практическая работа по использованию экспонометра, интервал яркости, контрастность, репродуцирование и макросъёмка.Фототехнические плёнки: типы и классификация, приёмы макросъёмки, практика предметной макросъёмки.Фотопейзаж: общие рекомендации, летний пейзаж, фотосъёмка весеннего пейзажа, коллективная фотосъёмка.Фотопортрет: общие рекомендации, портрет в комнате, «семейная фотография».
Тема 2.2. Законы композиции в фотографии	Элементы помогают фотографам создавать гармоничные и выразительные композиции, передавая задуманные идеи и эмоции. Основы композиции фотографии: введение в понятие композиции, роль композиции в передаче идеи и эмоций.Правила композиции в фотографии:Правило золотого сечения: деление кадра на девять частей, определение активных точек внимания.Правило диагоналей: размещение важных элементов вдоль диагональных линий для придания динамики.Правило третей: деление кадра на трети по горизонтали и вертикали для определения ключевых точек.Правило динамической симметрии: использование динамических прямоугольников для создания сложных композиций.Правило уравновешивания элементов: предотвращение ощущения вакуума в кадре путем уравновешивания элементов.Правило «Подойди ближе»: заполнение всего кадра объектом для фокусировки внимания.Правило нечетного числа: предпочтение нечетному количеству предметов для лучшей визуальной гармонии.Правило смыслового контраста: сочетание контрастных элементов для создания интересного сюжета.Композиционные приемы в фотографии:Частичное перекрытие солнца линиями.Темный, четкий силуэт объектов на светлом фоне.Использование «рамки пустоты».Контраст света и тени.Направляющие линии в кадре.Расположение в кадре небольшого объекта на фоне крупных.Зеркальное отражение.Стыковка близкого и дальнего плана.Текстуры и тени.
Раздел 3. Обработка фотоматериала и подготовка его к публикации	
Тема 3.1. Сервисы и программы для обработки фотографий	Сервисы и программы для обработки фотографий. Разновидности Сервисы и программы для обработки фотографий. PHOTOSCAPE X, ADOBE PHOTOSHOP, FOTOR, GIMP, Векторные графические редакторы, CORELDRAW GRAPHICS SUITE, просмотр, редактирование и обработка цифровых изображений, растровой и векторной графики; добавление цветовых фильтров, эффектов размытия, шума и т.д.; добавление текста с изменяемым шрифтом, размером, цветом, за всеми своими изменениями можно следить в режиме реального времени; снимки скриншотов, которым можно сразу задать определенную форму в виде обычного альбомного листа, квадрата, овала и т.д.;

Тема 3.2. Электронная обработка фотографий	Электронная обработка фотографий — это процесс изменения изображения с помощью специальных программ и инструментов. Она позволяет улучшить качество фотографии, исправить ошибки, добавить эффекты и создать уникальный стиль. Рассмотрим основные инструменты и методы электронной обработки фотографий. Вы узнаете,как использовать программы для редактирования фотографий, как работать с цветом, светом и композицией, как применять различные эффекты и фильтры. Этические аспекты электронной обработки фотографий и правила, которые нужно соблюдать при публикации обработанных изображений.
Раздел 4. Правовые основы фотожурналистики	
Тема 4. 1 Правовой статус фотожурналиста и фотография как объект авторского права	Понятие авторского права и его основные принципы. Объекты авторского права и критерии их охраноспособности. Субъекты авторского права и их права. Особенности правового статуса фотожурналиста как субъекта авторского права. Исключительные права автора на произведение. Личные неимущественные права автора. Имущественные права автора. Срок действия авторского права. Способы использования произведения и условия соблюдения авторских прав. Ответственность за нарушение авторских прав. Порядок защиты авторских прав.
Тема 4. 2 Правовые основания и ограничения при ведении фотосъемки	Конституционное право на свободу поиска, получения, передачи, производства и распространения информации. Ограничения прав и свобод человека и гражданина федеральным законом. Федеральный закон «О государственной тайне». Федеральный закон «Об оперативно-розыскной деятельности». Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Гражданский кодекс Российской Федерации о праве на изображение. Согласие на использование изображения гражданина. Использование изображения после смерти гражданина. Исключения из правила о согласии на использование изображения. Правила авиационной безопасности и использование фото- и видеоаппаратуры в аэропортах. Правила пользования Московским метрополитеном и кино-, видеосъёмка. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» и съёмка в торговых залах. Соблюдение конституционных прав граждан при проведении фотосъёмки. Защита государственной и иной охраняемой законом тайны. Ответственность за нарушение законодательства о ведении фотосъёмки.

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Основы теории и истории фотожурналистики
Тема 1.1. ***История и развитие современной фотожурналистики***
Вопросы для самоподготовки:

1. Каковы исторические предпосылки изобретения фотографии?
2. Какие научные и социально-эстетические предпосылки способствовали возникновению фотографии?
3. Какое место занимает фотография в исторической и современной коммуникации?
4. Дайте определения фотографии и фотожурналистики.
5. В чем заключается главное отличие цивилизационных и культурных процессов развития фотографии и фототворчества?
6. В каком году и в каких событиях берет свое начало история фотографии?
7. Кто и в каких странах стоял у истоков изобретения фотографии? В чем были отличия первых технологий фотопроцесса?
8. С какой целью выполнялись первые фотографии?
9. Какой вклад внесли российские изобретатели и фотомастера в развитие фотографии и фототворчества?
10. Может ли фотография заменить живопись, рисунок и графику?
11. Каковы были первые шаги документальной социальной фотографии?
12. Какие годы XIX века можно назвать началом собственно фотожурналистики?

Тема 1.2. ***Жанры фотожурналистики***
Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое фотожурналистика и какие основные цели она преследует?
2. Какие жанры фотожурналистики существуют и чем они отличаются друг от друга?
3. Что такое фотозаметка и в чём её особенности?
4. Каковы основные характеристики фоторепортажа?
5. Чем отличается фотопортрет от других жанров фотожурналистики?
6. Какие ещё жанры фотожурналистики ты знаешь? Расскажи о них подробнее.
7. Как ты думаешь, какие качества необходимы фотожурналисту для успешной работы?
8. Какие технические и творческие аспекты нужно учитывать при создании фотоматериалов в различных жанрах фотожурналистики?
9. Как ты считаешь, какие вызовы стоят перед современной фотожурналистикой?
10. Приведи примеры успешных фотопроектов в различных жанрах фотожурналистики и объясни, почему они считаются успешными.

РАЗДЕЛ 2. Основы фототехники и фотосъемки.
Тема 2.1. Техника фотографии
Вопросы для самоподготовки:

1. Какие основные компоненты входят в состав фотоаппарата и какие функции они выполняют?
2. Что такое экспозиция и как она влияет на качество фотографии?
3. Какие типы объективов существуют и для чего они используются?
4. Что такое ISO и как его изменение влияет на экспозицию?
5. Что такое баланс белого и как он настраивается?

Тема 2.2. ***Законы композиции в фотографии***
Вопросы для самоподготовки:

1. Какие режимы съёмки существуют в современных фотоаппаратах и для каких ситуаций они подходят?
2. Что такое глубина резкости и как её можно контролировать?
3. Что такое диафрагма и как её изменение влияет на экспозицию и глубину резкости?
4. Что такое выдержка и как её изменение влияет на экспозицию и движение объектов на фотографии?
5. Что такое экспозамер и какие его виды существуют?
6. Что такое гистограмма и как её использовать для оценки экспозиции?
7. Что такое RAW-формат и чем он отличается от JPEG?

РАЗДЕЛ 3. Обработка фотоматериала и подготовка его к публикации
Тема 3.1. ***Сервисы и программы для обработки фотографий***
Вопросы для самоподготовки:

1. Какие основные этапы включает в себя процесс обработки фотоматериала?
2. Какие инструменты и программы используются для обработки фотографий?
3. Какие технические параметры необходимо учитывать при подготовке фотографий к публикации?
4. Как выбрать наиболее подходящие фотографии для публикации?
5. Какие критерии следует учитывать при оценке качества фотографии?

Тема 3.2. ***Электронная обработка фотографий***
Вопросы для самоподготовки:

1. Как правильно подписать фотографию?
2. Какие правила оформления подписей к фотографиям существуют?
3. Как создать гармоничное сочетание текста и изображения?
4. Какие особенности следует учитывать при подготовке фотографий для печати?
5. Как адаптировать фотографии для публикации в интернете?

РАЗДЕЛ 4. Правовые основы фотожурналистики
Тема 4.1. Правовой статус фотожурналиста и фотография как объект авторского права
Вопросы для самоподготовки:

1. Какие основные права и обязанности имеет фотожурналист?
2. Что такое служебное произведение в контексте фотожурналистики?
3. Каковы особенности использования фотографии в СМИ?
4. Какие существуют ограничения на ведение фотосъемки?
5. Как защитить авторские права на фотографию?

Тема 4.2. Правовые основания и ограничения при ведении фотосъемки
Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое свободное использование фотографических произведений?
2. Какие виды договоров могут заключаться при использовании фотографии в СМИ?
3. Как осуществляется защита цифровой фотографии?
4. Каковы сроки действия авторского права на фотографические произведения?
5. Какие существуют способы использования фотографического произведения?

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)
РАЗДЕЛ 1. Основы теории и истории фотожурналистики
Тема 1.1. ***История и развитие современной фотожурналистики***
Иллюстрации:





















Тема 1.2. ***Жанры фотожурналистики***

Иллюстрации:











РАЗДЕЛ 2. Основы фототехники и фотосъемки.

Тема 2.1. Техника фотографии

Иллюстрации:

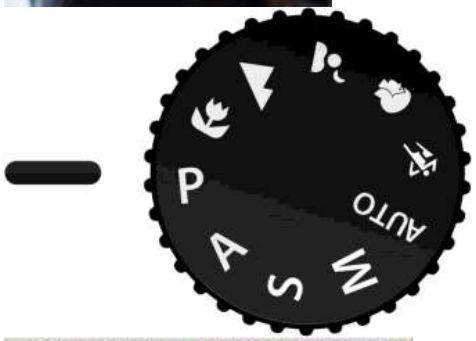












Источник света	Цветовая температура в К
Чистое синее небо	9,000 - 15,000
Пасмурное небо	6,000 - 8,000
Полуденное солнце и чистое небо	6,500
Солнечный свет	5,400 - 6,000
Электронная вспышка	5,400 - 6,000
Домашнее освещение	2,500 - 3,000
200В лампочка	2,980
100В лампочка	2,900
75В лампочка	2,820
60В лампочка	2,800
40В лампочка	2,650
Пламя свечи	1,850 - 1,930



Тема 2.2. ***Законы композиции в фотографии***

Иллюстрации:







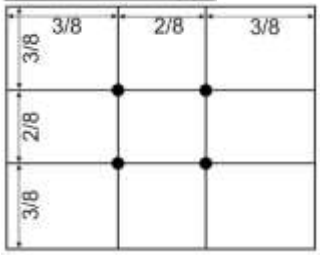






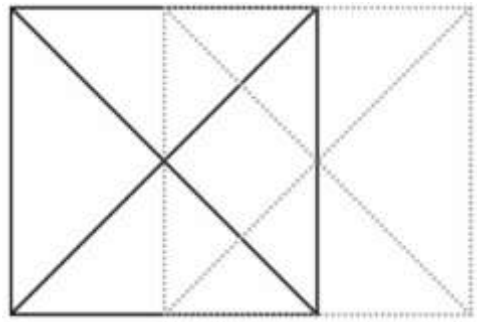





3/8
2/8
3/8
3/8
2/8
3/8

























РАЗДЕЛ 3. Обработка фотоматериала и подготовка его к публикации

Тема 3.1. ***Сервисы и программы для обработки фотографий***

Иллюстрации:



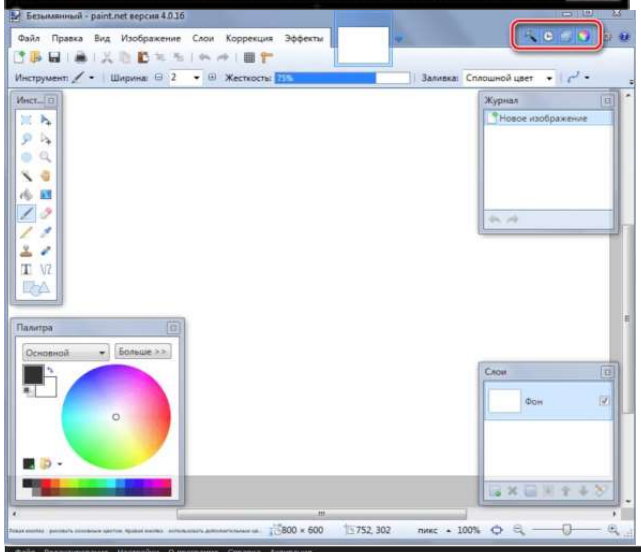


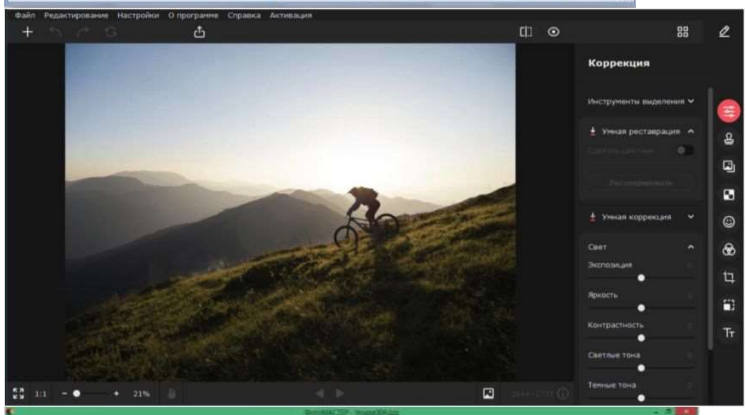



fotor
Camera
Edit
Photo Box
Settings
Power Bank. Now, Recharge Multiple Devices Anytime, Anywhere. Inquire!
Power Bank. Now, Recharge Multiple Devices Anytime, Anywhere. Inquire!
7532X1375
Brightness
Contrast
Saturation
Sharpen
Vignette
Done
Enhance
Scenes
Adjust
Rotate
Fx Effect






Безымянный - paint.net версия 4.0.16
Файл Правка Вид Изображение Слои Коррекция Эффекты
Журнал
Новое изображение
Палитра
Основной
Больше >>
Слои
Фон


Файл Редактирование Настройки О программе Справка Активация
Коррекция
Инструменты выделения
Умная реставрация
Умная коррекция
Свет
Экспозиция
Яркость
Контрастность
Светлые тона
Темные тона





Тема 3.2. ***Электронная обработка фотографий***

Иллюстрации:











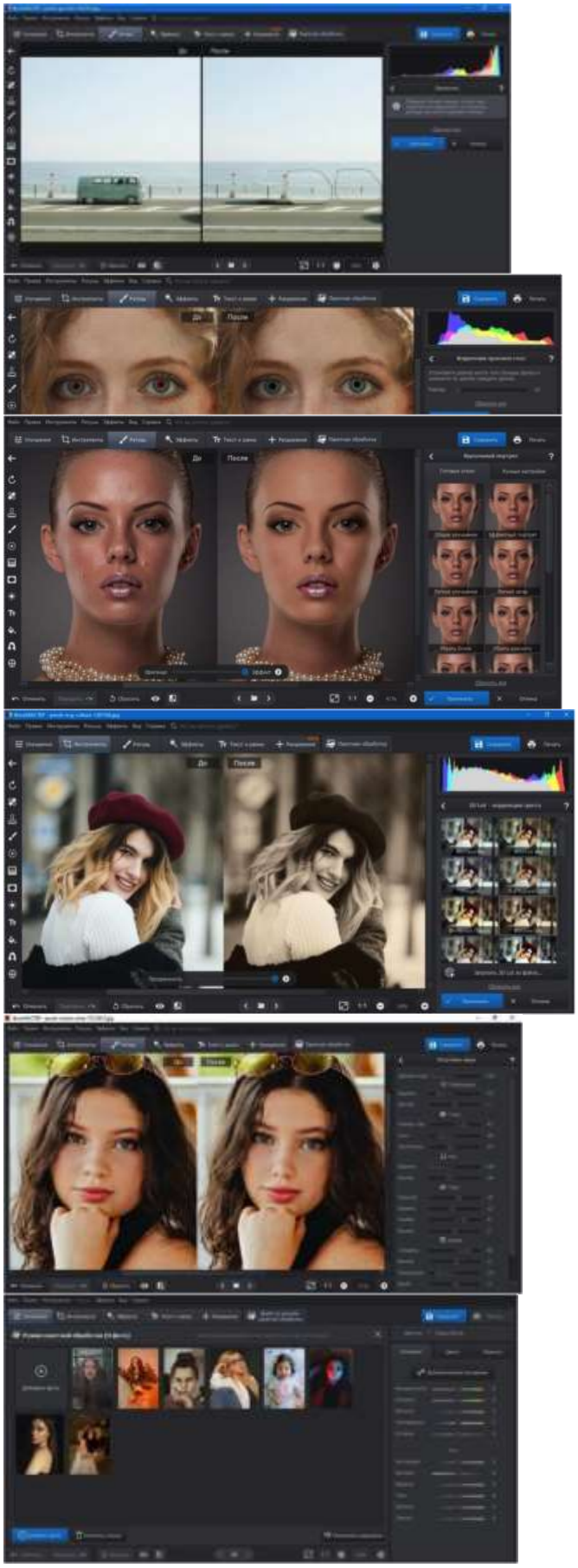












РАЗДЕЛ 4. Правовые основы фотожурналистики

Тема 4.1. Правовой статус фотожурналиста и фотография как объект авторского права

Не предусмотрены

Тема 4.2. Правовые основания и ограничения при ведении фотосъемки

Не предусмотрены

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «ВВЕДЕНИЕ В РЕКЛАМУ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки

работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Выделите главное, составьте план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется

в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех,

которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;

- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;

– в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;

– знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;

– свободное владение терминологией;

– ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;

– единичные ошибки в терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;

– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;

– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

– незнание терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина ФОТОЖУРНАЛИСТИКА
2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 1. Основы теории и истории фотожурналистики

Тема 1.1. ***История и развитие современной фотожурналистики***

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний основных процессов видеопроизводства.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	История и развитие современной фотожурналистики и задачи курса. Структура основных понятий. Фотожурналистика как сфера массовой информационной деятельности. История возникновения жанров фотожурналистики.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

РАЗДЕЛ 1. Основы теории и истории фотожурналистики

Тема 1.1. ***История и развитие современной фотожурналистики***

Текст лекции.

Фотожурналистика - одна из форм журналистики, которая использует фотографию в качестве основного средства передачи информации и выражения.

От родственных жанров фотографии фотожурналистика отличается следующими свойствами:

1) **временем,** т. е. снимки имеют значение в хронологическом порядке развития событий;
2) **объективностью,** т. е. ситуация предполагает, что фотографии будут правдиво воспроизводить запечатлённые события;
3) **повествовательностью,** т. е. снимки в сочетании с другими элементами новостей информируют и дают читателю и зрителю представление о сути событий.

Журналистская фотографии делится на новостную, репортажную и документальную. Такое деление принимается профессионалами как у нас, так и за рубежом. В этом нет ничего необычного. В журналистике существует классическая система жанров: информационная публицистика (заметка, репортаж), аналитическая публицистика (статья, журналистское расследование... и более фундаментальные тексты (в книгах). Срок жизни одних публикаций ограничивается одним днём, других - иногда сравним с продолжительностью жизни качественных произведений художественной литературы.

В фотожурналистике действуют те же принципы деления на жанры. Газетная и агентская новостная фотография традиционно нацелены на одиночный кадр, тогда как журнальная фотография сильна сериями, что не исключает наличия великолепных одиночных кадров.

Как пишет фотограф Дмитрий Кострюков, сотрудничающий с Информационным агентством Франс-Пресс, в последние годы фотожурналистика переживает серьёзные изменения, которые связаны с развитием техники и технологии, появлением Интернета, сближением фотографии с современным искусством, влиянием любительской фотографии и другими факторами. Нельзя оставить без внимания некоторые аспекты журналистской этики, а также актуальную проблему нехватки серьёзных изданий и высокопрофессиональных фоторедакторов.

Плюсы и минусы технического прогресса

Наиболее заметное влияние на развитие современной фотожурналистики оказывает технический прогресс. Фотография в силу своей специфики полностью зависит от техники, в отличие, например, от рисунка, где при отсутствии карандаша и бумаги можно рисовать углём на стене. Фотография невозможна без фотоаппарата или хотя бы камеры-обскуры. Совершенствование фототехники позволяет сегодня снимать больше, в лучшем качестве и в практически любых условиях. Допустимая чувствительность в профессиональных камерах даёт возможность ночью снимать движение, не используя вспышку, больше экспериментировать. Развитие смежных технологий (спутниковые телефоны, устройства передачи информации) позволяет новостным фотографам передавать информацию более оперативно.

Эти возможности изменили представление о том, что считать временной нормой доставки фотографии потребителю. Так, с крупных спортивных событий, например с Олимпийских игр или футбольных чемпионатов, фотографии поступают практически онлайн. Фотоаппарат напрямую или через Wi-Fi подключен к компьютерам, за которыми сидят редакторы, один из которых отбирает снимки, второй подписывает, третий проверяет подписи и отправляет. В таких условиях конкурирующие фотоагентства борются иногда за секунды.

Репортёры стали гораздо чаще использовать для съёмки широкоугольные объективы, позволяющие включить в кадр больше пространства. Конечно, и раньше снимали не только крупные планы, но сейчас это стало тенденцией. Появилась возможность делать снимки с большей детализацией. В прежние времена такое могли позволить себе в основном журнальные фотографы - на газетной полосе из-за технических особенностей печати многих деталей просто не было видно. Почти все газеты были чёрнобелыми, и цветные фотографии теряли свои преимущества. Сегодня в газетах, как мы знаем, стало возможным не только опубликовать цветные фотографии, но и разглядеть детали снимка, поэтому разница между газетной фотографией и журнальной всё больше нивелируется.

Если раньше существовала заметная разница между тем, как снимают новостные агентства и, например, знаменитое международное фотоагентство «Магнум» (Magnum), то сегодня почти в каждом агентстве есть фотографы, которые оперативно делают свою новостную работу и в то же время снимают фотографии одного уровня с журнальными фотографами - снимают темы, делают очень сложные изобразительно и по смыслу фотографии.

Считается, что у журнальных фотографов больше времени на отбор и обработку материала, поэтому художественная ценность их кадров выше. Сегодня новостные фотографы стали снимать по качеству так же, только делают они это более оперативно. Показательно, что в самом авторитетном фотожурналистеком конкурсе «Уорлд Пресс Фото» новостные фотографы всё чаще выигрывают не в новостных категориях, а в сложных тематических рубриках.

Однако оперативность - не только плюс, но и минус. Не имея возможности углубиться в событие, посвятить ему много времени, фотограф снимает только основное действие. Редакционных заказов на сложные темы, требующие длительного исследования, стало меньше, хотя именно они всегда были и продолжают оставаться самыми интересными и для зрителя, и для фотографов. Стремясь к съёмкам, раздвигающим границы фотографии и знаний людей в том или ином вопросе, фотографы всё чаще делают их не по редакционному заданию, а часто по своей инициативе, используя схемы, которые более распространены в сфере искусств, а не в медиасреде.

Из-за технических возможностей современных фотоаппаратов в разы увеличилось число людей, считающих себя профессиональными фотографами, что привело сегодня к большой конкуренции фотографов на рынке труда.

Концептуальность фотожурналистики и поиск новых форм. Влияние современного искусства

Сближение фотографии с современным искусством происходит прежде всего внутренне. Фотожурналист всё больше становится художником, а журналистская фотография - артом.

Исходя из деления фотографии на новостную, репортажную и документальную, следует сказать, что новостная фотография была максимально далека от искусства, а документалистика, наоборот, близка. Сегодня ситуация изменилась. Даже к обычному новостному снимку предъявляются повышенные требования: он должен быть оригинальным, иметь художественную ценность. Быть просто нейтральным ретранслятором события (недавним идеалом качественных новостей) уже мало. Проиллюстрировать событие сейчас может любой человек, имеющий камеру. Более того, ни один журналист не может конкурировать по оперативности с очевидцами событий, если только он сам не стал таким же свидетелем. Очевидец снимает событие (пусть даже на мобильный телефон), находясь непосредственно внутри него. Его снимки более информативны для аудитории СМИ, чем фотографии последствий события, которые успевает снять фотокорреспондент. Соответственно, то, чем может отличаться профессиональный фотожурналист, - это художественный уровень фотографий. Повышенные требования должны были бы стимулировать творческое развитие фотографов и поднимать уровень фотографии в целом. Однако невозможно сделать так, чтобы все новостные снимки этому соответствовали, потому что ежедневное производствофотографий - конвейер. Новостная фотография чаще всего является лишь частью продукта массовой информации (газеты, журнала, интернет-портала).

Как в любом производстве, здесь необходимо соответствовать существующим стандартам. В искусстве таких стандартов нет. Будучи художником, вы можете показать только лучшее за месяц, а то и за год съёмки. Работая новостным фотографом, вы показываете то, что смогли «выжать» из события, потому что новость надо иллюстрировать. Такая рутина часто заставляет фотографа-«новостника» использовать известные ему приёмы и штампы, что тормозит поиски нового. Он стагнирует и начинает выдавать продукт, минимально удовлетворяющий требованиям заказчика. Чтобы избежать подобной ситуации, некоторые редакции предпочитают работать только с фрилансерами, тем самым заставляя фотографов постоянно конкурировать между собой. Однако это помогает лишь отчасти.

Когда-то в периодике событие иллюстрировалось только одной фотографией, она должна была быть максимально ёмкой по содержанию. Интернет позволил с одного события давать множество фотографий, зритель получил возможность самостоятельно решать - что и сколько ему смотреть. Не только интернет-СМИ, но даже известные поисковые системы выкладывают свои слайд-шоу, делая подборки фотографий за определённый период по разным темам. В итоге визуальный ряд бесконечно увеличивается. Ещё совсем недавно такие подборки включали десять-двадцать снимков, сейчас их количество может доходить до 100 и более. Мозаичность набора, переизбыток мелких деталей не формируют целостной картины и единого образа не получается.

Фотограф больше не старается искать кадр-символ, не стремится быть визуально лаконичным. К сожалению, это может приводить и приводит к ухудшению уровня фотографии. Но ещё хуже то, что хорошие фотографии начинают теряться среди огромного числа проходных кадров.

Соотношение между качественным и популярным в фотографии хорошо иллюстрирует самый посещаемый поисковый сервис в Рунете - «Яндекс», в котором есть раздел «Фото дня». За последние годы там выделились свои знаменитости. Несмотря на нередко низкий уровень фотографий, частота просмотра снимков лидеров рейтинга гораздо выше, чем снимков лучших мировых фотографов. Большинство пользователей начинает мерить качество фотографий их популярностью и массовостью просмотра. До появления Интернета ситуация была несколько другой. Прежде к зрителю фотографии попадали после тщательного идеологического и художественного отбора. Поэтому великие советскиефотографы, такие как Макс Альперт, Евгений Халдей и другие, были в равной степени известны широкому зрителю и уважаемы профессиональным сообществом.

Одной из основных черт современного искусства, к которому мы можем отнести фотографию, является концептуальность. В фотографии идея становится важнее формы, важнее мастерства автора. При изготовлении фотографии

мало этапов, где может проявиться авторская индивидуальность: цвет такой, какой есть, исходя из возможностей плёнки (матрицы) и бумаги, бумага тоже заводская, в её приготовлении акта творчества нет. Поэтому большое значение в фототворчестве приобрела не только композиция, то есть форма, но и идея, то есть концепция. Раньше зритель задавал вопросы: «Как фотограф это снял? Как смог подойти так близко? Как не погиб, не испугался? Как сделал, чтобы его не заметили?» Сейчас чаще звучит вопрос: «Зачем он это снял?»

Зрителю понятно, что снять такую фотографию мог и он сам, но кто-то снял до него. Он понимает, что может её повторить, только это уже никому не интересно. Вопрос именно в том, кто первый придумает и использует тот или иной сюжет. Здесь не работают идеи Робера Брессона о «решающем моменте», в таких снимках его вообще нет. Не мгновения, а даже несколько часов ничего не изменили бы. Фотограф обозначает своё присутствие, документирует то, свидетелем чего стал, а зачастую явно просит человека позировать на фоне объекта, который, например, и объединяет серию. «Человек и его дом», «человек и его питомцы», «человек и его ружья» - такая фотография в отдельности может ничего собой не представлять, но серия будет интересной и привлекать внимание. Более того, приём подчёркивания открытого присутствия фотографа может усиливаться нарочито простой композицией, когда главный объект специально размещается прямо в центре кадра. Автор намеренно демонстрирует отказ от любых «художественных уловок», делает акцент на простой фиксации. Подобное нарочитое стремление к максимальной простоте перекликается с идеями художников-примитивистов. Как примитивисты используют художественные приёмы неразвитых стилей или первобытного искусства, так и фотографы сейчас используют приёмы непрофессиональной фотографии. Это не уход от формы, как может показаться, а скорее одно из направлений поиска новых форм.

Поиском новых форм можно считать соединение изображения и текста и серьёзного комментария к ним. Известно, что в классическом фоторепортаже фотография должна бытьсамодостаточной. Это же требование остаётся актуальным для новостной фотографии. Однако есть авторы, которые фотографируют с учётом восприятия снимков только с текстом. В их творчестве это единый продукт. Неоднократный победитель конкурса «Уорлд Пресс Фото» голландский фотограф Питер Тен Хуупен говорит в интервью: «К снимкам обязательно нужен текст! Иначе проект распадается на куски. Потому что он является комбинацией изображения и слов, сами по себе эти фотографии ничего не значат. Понимаете, я считаю себя журналистом, я провожу громадную исследовательскую работу перед проектом. Вот, к примеру, Китеж - за ним стоит история, мифы, легенды, я не могу всё это сфотографировать, я могу снять только то, что происходит в данный момент, но мне также нужно рассказать, почему я сюда приехал, почему я фотографирую именно это! .. .Вообще, фотожурналистика - это комбинация текста и фотографии».

Распространение любительской фотографии

Сильное влияние на современную профессиональную фотографию оказывает фотография любительская. В наши дни благодаря Интернету миллионы любительских снимков получили зрительскую аудиторию, большую, чем самые крупные СМИ, публикующие «серьёзные» фотографии с каких-либо событий. Ещё одна причина популярности любительских фото объясняется неоднозначным отношением людей к новостям и официальной информации в целом. Для многих новости глазами обывателей стали интереснее, чем те же новости, переданные профессиональными журналистами. Поэтому профессионалы стали активно использовать приёмы любительской фотографии, имитируя столь привлекательную для зрителя простоту и искренность.

Вопросы профессиональной честности и журналистской этики: проблемы современной фотожурналистики

Сегодня самым перспективным и активно развивающимся направлением в современной фотожурналистике является мультимедиа. Развитие технологий позволило делать «коктейли» из фото, видео, звука и текста, причём эти составляющие могут быть не только документальными, но и специально записанными в студии. В фотографии, как части мультимедиа, вы можете двигать рамку кадра, акцентируя внимание зрителя на том, что считаете наиболее важным; можете делать приближение или показывать детали, выбирать длительность просмотра. Это, по сути, новый вид творчества на стыке фотографии и видео. Рискнём утверждать, что мультимедиа идёт от фотографии, так как развивалось именно как усложнение обычных слайд-шоу музыкой, а не как включение фотографий, текстов и графиков в видеорепортажи. В видеорепортаже изначально были и изображение, и монтаж, и звуковое сопровождение.

Далее необходимо сказать о таком заслуживающем особого внимания вопросе, как профессиональная честность и журналистская этика. Затронем лишь основные моменты.

Фотожурналисты часто работают не поодиночке, рядом бывают фотографы других изданий, телевизионные операторы и пишущие авторы. На телевидении инсценировка распространена широко и является привычной практикой. Нередко то, что мы смотрим на экранах ТВ, произошло благодаря умелой организации журналистов, которые не видят ничего зазорного в том, чтобы попросить героя события что-то повторить или сымитировать. В таком случае вы должны либо перестать снимать, то есть не сделать свою работу, проиграть конкурентам и «заработать» проблемы с начальством, либо присоединиться к обману. Поэтому на сегодняшний момент соблюдение достоверности возможно далеко не всегда.

На наш взгляд, важен и другой вопрос - о возможности и степени обработки документального изображения. Мнения по этому вопросу разные. Информационные агентства отказались практически от любой обработки. Вмешательство ограничивается кадрированием и регулировкой «уровней» («levels»). Любые нарушения правил агентства по обработке фотографий жёстко пресекаются, а для контроля создаются специальные программы, которые отслеживают любые шаги при обработке фотошопом (Photoshop) и, конечно, отключаются очень многие функции этой программы. Фотографии независимых фотографов, снимки в журналах и на выставках, напротив, обрабатываются в значительной степени. Аргументы в пользу необходимости такой обработки обычно следующие: это авторский проект, и только автор может решать, насколько допустима обработка его произведения.

Другое дело, когда существуют правила конкурса или стайл-бук (правила стиля) издания, в этом случае их нужно соблюдать. Трудно оспорить тот факт, что любая фотосъёмка - не точная копия реальности, и обработка изображения - это не большее искажение действительности, чем использование того или иного фокусного расстояния объектива и т. и. При съёмке на плёнку обработка была не меньшей. Действительно, если посмотреть на оригиналы и отпечатки Юджина Смита, признанного мастера фотожурналистики, то мы увидим, что его обработка была такой, что чёрное становилось белым в прямом смысле этого слова, многие детали могли запечатываться и исчезать, кадрирование бывало очень сильным. Из всех журналистов фотографы и операторы видят реальное событие своими глазами. Если вы присутствуете на событии, то контакт

с героями происходит постоянно. Вопросы о том, как корректно поступить в той или иной ситуации, - это тоже часть профессии. Теоретически такие ситуации рассматривать невозможно, они всегда особенные. Важно понимать, что может и должен сделать журналист и что вне его компетенции, где грань, которую журналисты переходить не должны. Принять правильное решение на месте не всегда возможно, но ко многим ситуациям можно подготовиться заранее - так, например, как к ним готовятся военные, врачи, сотрудники спецслужб. Проблема в том, что среди врачей и военных мало случайных людей, а в журналистику, как иногда представляется, намного легче попасть случайно. Это приводит к непрофессионализму, который может дискредитировать профессию в целом. Единственно правильный ориентир - опытные коллеги с безупречной репутацией.

Фотожурналистика была и остаётся профессией романтиков. Как бы наивно это ни звучало, в ней очень многое держится на идеалистичном взгляде на жизнь, так же как и в профессии спасателей. При этом большинство современных фотожурналистов не тешат себя иллюзией, что фотография может изменить мир, как это было в 60-70-х годах прошлого века, но может помочь, не массово, точечно. Журналисты, в частности, помогают гуманитарным организациям делать их работу более целенаправленно.

Во всём мире сокращается количество изданий, заказывающих репортажи. В России также не очень много общественно-политических журналов, делающих свои съёмки: «Русский репортер», «Итоги» (закрытый журнал), два журнала, принадлежащие ИД «КоммерсантЪ» («Власть» и «Огонёк»), «Нью Таймс» (The New Times). По сути, только один из них - «Русский репортер» - целенаправленно и активно заказывает и снимает репортажи, а не использует скопившиеся за неделю новости.

Ещё одной важной проблемой современной фотожурналистики является отсутствие квалифицированных фоторедакторов. В отличие от фотографа фоторедактор есть в любом, даже небольшом издании. И от этого человека во многом зависит внешний вид издания. Плохой отбор материала и его некачественное редактирование может испортить даже отличную работу фотографа. И наоборот, хороший фоторедактор даже от слабого фотографа сумеет добиться приемлемого результата. При высокой востребованности этой профессии хороших редакторов, в том числе способных эффективно сотрудничать с фотографами, крайне мало. Хороший фоторедактор - это человек с тонким вкусом, отлично знающий фотографический рынок, следящий за тенденциями и угадывающий их, человек, лично знакомый со многими фотографами, знающий практические аспекты их работы. Он - связующее звено между руководством редакции, фотографом и художником, если это печатное издание. Профессиональные требования высоки, однако на сегодняшний день у нас нет учебных заведений, готовящих профессионалов по этой специальности. Да и зарплаты в этой сфере невысоки. В итоге мы зачастую имеем тот внешний вид изданий, который трудно назвать эталоном вкуса.

Из-за отсутствия уважения к авторским правам и к профессии в целом, отсутствия необходимого страхования жизни, профессия фотожурналиста в настоящее время не самая востребованная.

Тем не менее есть молодые российские фотографы, которые стараются находить и снимать новое и по-новому, делают акцент на достоверности. Фотожурналистика начинает существовать в ином формате и всё сильнее зависит не только от профессиональных фотографов, редакторов и издателей. Среди отечественных лауреатов самых престижных международных конкурсов, авторов, чьи работы покупаются музеями и галереями, публикуются в известных изданиях, больше всего именно фотожурналистов!

Гражданская журналистика и социальные сети

В нулевые годы камеры в телефонах оставались некачественными, поэтому редакции нуждались в снимках профессионалов. Сегодня это необязательно. Пользователи социальных сетей заливают кадры и ролики с места происшествия за десять-двадцать секунд, а разницу в качестве заметят единицы - и то лишь на большом экране.

И хотя для пресс-конференций, репортажей и спортивных мероприятий всё равно используют дорогую аппаратуру, СМИ открылись для кадров со смартфонов, - пишет казанский дизайнер Лев Переулков.

Мобильная съёмка перестала ассоциироваться с чем-то маргинальным - теперь это отдельный поджанр фотографии.

При этом важна не сама мобильная фотография, а то, какое широкое распространение она получила в социальных сетях. Пожар в Нотр-Дам освещали обычные парижане: в Instagram по хештегу #notredamefire находится двадцать одна тысяча публикаций. Часть из них - снимки с разных ракурсов, на которых есть и пожарные, и падение шпиля, и каждый шаг президента Франции Эммануэля Макрона, и любопытные мигранты. Это готовый контент для изданий с любой повесткой, к тому же саму трагедию легко интерпретировать так, как выгодно изданию.

Платить за такие кадры не нужно из-за сниппетов - вставки поста из соцсетей без прямого копирования. Рынок меняется, поэтому профессионалы конкурируют и с обычными пользователями, и с любителями, которые продают снимки за пару долларов на стоках. Но эта ситуация с гражданской журналистикой приводит к тому, что редакторам нужно пристально следить за подделками - их теперь больше.

Однако часто у издательств нет возможности просить у каждого человека оригиналы. Из-за этого редакции могут столкнуться с подделками: редкие журналисты определяют по пикселям нарисованный объект или разбираются в технических данных EXIF, которые остаются даже в JPEG-файле. Более того, современные технологии уже приводят к тому, что почти невозможно отличить фейк от реального события.

Сегодня фактчекинг (проверку достоверности сведений) вместо редакций проводят сами пользователи соцсетей - и это уже становится нормой.

Таких примеров куда больше, чем кажется, и касаются они не только фотографий. У авторов могут потребовать селфи с героями, аудиозаписи диалогов, больше кадров и документов.

Несмотря на эти особенности, фотожурналистика продолжает существовать. Её не заменить роликами с дронов или подкастом, потому что снимок - другая форма повествования - что-то типа отпечатка или монумента.

Появление и развитие фотографии

Хотя об этом знают немногие, но история фотографии начинается на рубеже X и XI веков нашей эры. Именно тогда Альхазен ибн аль-Хайтам - арабский физик и математик - начал исследовать свет и научным образом описал принцип оптической тёмной комнаты, которую мы знаем как камеру-обскуру. Арабский учёный обнаружил, что, если вырезать отверстие в затемнённой камере, свет, попадающий в неё, будет проецировать перевёрнутое изображение на противоположную стену. Это открытие легло в основу записи изображений. Осталось только придумать, как придать ему постоянный вид.



Камера-обскура, хранящаяся в Лондонском музее науки

Новаторскую работу в области фотографии начал французский изобретатель-физик **Джозеф Нисефор Ньепс.**



Джозеф Нисефор Ньепс

В 1826 году учёный поместил слой сирийского асфальта (смеси углеводородов и органических соединений) на полированную цинковую пластину. Вещество затвердело под воздействием света. После смывания незафиксированного слоя изображение получилось негативным, а это значит, что пятно света и тень поменялись местами. После покрытия литографической краской и размещения на поверхности бумаги была создана фотография.

Подготовленную плитку учёный поместил в окно своего дома. Освещение длилось более 8 часов. Так была создана первая в истории фотография, получившая название «Вид из окна Ле Гра». Однако его качество оставляло желать лучшего, поэтому Дж. Ньепс начал работать над другим решением.



В своей дальнейшей работе он использовал открытие, сделанное в 1724 году немецким профессором Иоганном Генрихом Шульцем. Он обнаружил, что часть серебряной соли темнеет под воздействием света. Дж. Ньепс пригласил **Луи Жака Дагера,** французского художника, сценографа, увлекающегося химией, присоединиться к его исследованиям. Джозеф Ньепс умер в 1833 году, но оставил после себя много заметок и исследований, так что Луи Дагер мог продолжить свою работу.

7 января 1839 года Луи Дагер представил миру метод под названием «дагеротип», этот метод предусматривал использование покрытой серебром пластины, подвергающейся воздействию паров йода и паров ртути. Таким образом, ему удалось получить так называемое скрытое изображение, которое могло проявиться (только один раз) после погружения в солевой раствор. Л. Дагер приложил максимальные усилия, чтобыизобретение Дж. Ньепса стало реально применимой технологией, однако уже с использованием химических веществ, неизвестных Дж. Ньепсу.

В то же время английский учёный Уильям Фокс Талбот работал над техникой захвата изображения с камеры-обскуры. Его метод, называемый фотогеничным рисунком, предполагал использование бумаги, покрытой светочувствительными материалами. Первые фотографии в виде негатива были получены таким способом в 1835 году. В 1839 году Талбот опубликовал результаты своей работы. Он назвал модифицированную технику фотогеничного рисунка талботипией. Хотя официально Дагер и считается изобретателем фотографии, именно метод Талбота в наибольшей степени повлиял на её дальнейшее развитие.

Многим это может показаться удивительным, но начало цветной фотографии относится к 1855 году. Её основы разработал Джеймс Клерк Максвелл - шотландский физик и математик. Первая цветная фотография в истории, названная «Тартановая лента», была сделана в 1861 году английским изобретателем Томасом Саттоном.



Тартановая лента - первая в мире цветная фотография



Первоначально явление выцветания не могло быть устранено, а используемые в то время светочувствительные вещества не могли регистрировать красный и зелёный цвета. Это изменилось только в начале XX века. В 1907 году братья Огюст Мари Луи и Луи Жан Люмьер разработали первую технику записи естественных цветов, которую они назвали автохромом. Их метод заключался в покрытии стеклянной пластины трёхцветным картофельным крахмалом, на который необходимо было нанести светочувствительную эмульсию, используемую в чёрно-белой фотографии.

А основы современной техники цветной фотосъёмки заложил русский химик, изобретатель и общественный деятель Сергей Михайлович Прокудин-Горский. Он обнаружил, что подходящая комбинация трёх фотографий, сделанных в быстрой последовательности с красным, зелёным и синим фильтрами, даст цветное изображение.

Фотография - это не только искусство документировать реальность. Фотографические методы в сочетании с использованием электромагнитного излучения легли в основу революционного метода медицинской диагностики, который мы знаем как рентгеновские лучи.

Английский химик и физик Уильям Крукс был одним из предшественников радиационных исследований, которые позже стали известны как рентгеновские лучи. В 1879 году английский учёный изобрёл газоразрядную лампу (трубку Крукса), которая стала основой для открытия рентгеновских лучей.



Трубка Крукса

Уильям Крукс совместно с немецким коллегой Иоганном Вильгельмом Хитторфом обнаружили, что отрицательный электрод генерирует излучение, заставляющее светиться стекло лампы. Крукс провёл дальнейшие исследования электрических разрядов в среде благородных газов. Ему удалось обнаружить, что, когда он помещал фотографическуюпластинку рядом с лампой, отражались тени предметов, которые закрывали свет лампы, но поначалу этот эффект не вызвал у него особого интереса.

Гениальный учёный-физик, инженер Никола Тесла также провёл своё исследование по этому поводу. Ему удалось создать катодные лучи такой мощности, что они могли воздействовать на живые организмы. В 1892 году Тесла обнаружил, что катодные лучи можно использовать для наблюдения тела изнутри, и хотя он был первым, кто обнаружил это явление, мир науки отдал приоритет Вильгельму Рентгену, который опубликовал свою



Джон Адамс Уиппл, который сделал одну из первых фотографий Луны (1852 г.) и зафиксировал звёзды, считается пионером ночной фотографии. На рубеже XIX и XX веков этот вид искусства стал приобретать всё большую популярность.

Основателем документальной (уличной) фотографии считается венгерский художник Дьюла Халас, вошедший в историю фотографии за фотоальбом «Ночной
Париж», принёсший ему большую известность.

В 1856 году началась работа над подводной фотографией. Именно тогда британский физик, механик и инженер Уильям Томпсон сконструировал первый корпус для подводной камеры. К сожалению, изобретение Томпсона не сохранилось до наших дней.

Первое сохранившееся подводное фото было сделано в 1893 году. Его автор - французский морской биолог Луи Мари Огюст Бутан. Самой главной проблемой была низкая доступность света. Однако в сотрудничестве с компанией Arago Laboratories Луи Бутану удалось создать устройство, генерирующее



Первое сохранившееся подводное фото

под водой вспышку, действие которой напоминает традиционную лампу-вспышку.

Первое фото из космоса напрямую связано с американской космической программой Apollo. В 1966 году беспилотный космический корабль Lunar Orbiter 1 (задача которого состояла в том, чтобы определить лучшее место для посадки на Луну для пилотируемых миссий) сделал первую в истории фотографию Земли.

Однако самая известная космическая фотография была сделана несколько позже, 7 декабря 1972 года. Знаменитый снимок The Blue Marble («Голубой мрамор»), сделанный экипажем «Аполлона-17» с расстояния 29 000 км, изображает земной шар во всей красе.



Фотография планеты Земля The Blue Marble является общественным достоянием

Современное искусство фотографирования, где цифровая фотография играет доминирующую роль, основано на открытии Рассела Кирша, который в 1957 году изобрёл сканер, способный делать снимки с разрешением 176 на 176 пикселей. Основываясь на изобретении Кирша, в 1969 году американцы Уиллард Бойл и Джордж Э. Смит создали первую светочувствительную матрицу. Первый цифровой фотоаппарат в истории появился семь лет спустя.

Современное искусство фотографии разделилось на два направления. Первое - заключается в стремлении идеализировать мир, а второе - показать существующую реальность.

Мы говорим о репортажной фотографии - тенденции, которая сейчас имеет наибольшее значение. Сегодня для съёмок мы используем всё более современноевысокотехнологичное оборудование, что хорошо видно в современных реалиях. Одно из последних достижений в этой области - сферическая фотография, которая представляет изображение в 360 градусов. Несомненно, что развитие современных технологий даст возможность новых открытий в области фотографии.

История фотожурналистики

До 1880 года типографское оборудование технически ещё не могло правильно воспроизводить фотоснимки. Например, английский фотограф-первопроходец Фрэнк Мидоу Сатклиф успешно имитировал фоторепортаж, хотя его снимки в действительности были постановочными. Обычно по фотографии художником изготавливалась гравюра, с которой и производилась печать. Первые репортажные фотографии с полей Крымской войны (1853-1856 гг.), сделанные британскими репортёрами Уильямом Симпсоном и Роджером Фентоном, были опубликованы именно таким образом. Аналогично, по фотографиям американца Мэттью Брэди были сделаны гравюры для публикации в прессе, отображающие события Гражданской войны в США. Оригинальные изображения обычно демонстрировались на выставках или копировались фотографическим способом в
ограниченном количестве экземпляров.



Роджер Фентон. «Миномётчики во время осады Севастополя»

Фотожурналистика в современном понимании появилась в результате усовершенствований в полиграфии и фотографии между 1880 и 1897 годами. Первая репродукция новостной фотографии была опубликована 4 марта 1880 года в издании The 34Daily Graphic (Нью-Йорк). Изобретённая в 1887 году магниевая вспышка позволила фотографам снимать в помещениях. Одним из первых фотографов, использовавших магниевую вспышку, был датско-американский фотограф Якоб Август Риис. И именно с 1887 года становится возможным воспроизводить полутоновые фотографии на печатающем оборудовании того времени.

Фотожурналистика стала полноценной с изобретением малогабаритной камеры и высокочувствительных плёнок.

Появление малоформатной фотографии, представленной в 1925 году немецким производителем фотоаппаратов - компанией Leica Camera AG, внесло значительные изменения в процесс создания фотографий. Новый формат позволил фотографам увидеть обычные и привычные объекты в новых, более смелых перспективах и расширил их возможности по оценке очертаний и форм в пространстве.

Одним из первых пользоваться малогабаритной камерой в информационных целях стал юрист, владевший многими языками, Эрих Заломон, который делал съёмки (зачастую тайком) известных международных политических деятелей на конференциях Лиги Наций в конце 1920-х годов. Заломона иногда называют первым в мире папарацци, хотя в его время этого слова ещё не существовало. Это его имели в виду, когда говорили, что «необходимы три условия для проведения конференции Лиги Наций: несколько министров иностранных дел, стол и Эрих Заломон». Фотографы газет и журналов с тех пор следуют его манере, снимая по ходу событий, стихийно и неожиданно, избегая постановочных кадров с позированием.



Политики в объективе Эриха Заломана

Хотя фотография и стала частью новостей в газетах и журналах с 1897 года, вплоть до 1927 года многие сенсационные новости (особенно в жёлтой прессе) продолжали иллюстрироваться гравюрами. Первое телефото было передано компанией Western Union в 1921 году, а в 1935 году агентство «Ассошиэйтед Пресс» начало регулярную передачу фотоснимков по фототелеграфу, резко повысив оперативность новостной фотоинформации.

С выпуском компанией Leica 35-мм фотокамеры в 1925 году и появлением первых ламп-вспышек в 1927-1930 годах наступает эра расцвета фотожурналистики.

Золотая эра

В золотую эру фотожурналистики (1930-1950 гг.) многие журналы, такие как лондонский Picture Post, парижский Paris Match, американские Life и Sports Illustrated, а также газеты The Daily Mirror (Лондон) и The Daily Graphic (Нью-Йорк), заработали себе репутацию и огромную аудиторию во многом благодаря активному использованию фотографии в своих изданиях, а также именитым фотографам Роберту Капе, Альфреду Эйзенштадту, Маргарет Бурк-Уайт, Уильяму Юджину Смиту.



Огромный всплеск спроса и предложения на качественную фотожурналистику вызвала Вторая мировая война. Последние военные годы были отмечены появлением на рынках новых более технологичных и компактных камер из Японии, Европы и США.

Имя фотографа под фотографиями в газетах поначалу не указывалось. Возможно, это не считалось необходимым, а может, сами фотографы не желали быть названными, потому что долгое время даже самые выдающиеся фотографии очень плохо поддавались воспроизведению в газетах.

До 1980-х годов большинство газет печаталось по технологии высокой печати, используя легко смешиваемую масляную краску, желтоватую низкокачественную «газетную» бумагу и грубо выгравированные изображения.

Текст был читаем, но точки фотогравировки, из которых формировались изображения, почти всегда были размазанными и нечёткими настолько, что, даже когда фотография была крупной, мутная репродукция часто заставляла читателей перечитать подпись, чтобы понять, что на ней изображено.

В 1980-х годах большинство газет перешло на офсетную печать, которая позволяла воспроизводить

Обложка журнала Life фотографии более достоверно на белой, более качественной бумаге.

Журнал Life, один из самых популярных американских еженедельников, с 1936 года до начала 1970-х годов, напротив, был насыщен фотографиями, великолепно напечатанными на широкоформатной глянцевой бумаге.

Фотографы журнала получили известность большей частью потому, что их фотографии были достаточно понятны, чтобы быть признанными, а их имена всегда появлялись рядом с их работами. Life стал стандартом, по которому публика

оценивала фотографии, и во многих современных книгах по фотографии рассказано о фотожурналистике так, как если бы она была исключительной областью журнальных фотографов.

1. Учебная дисциплина. ФОТОЖУРНАЛИСТИКА
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 1. Основы теории и истории фотожурналистики
Тема 1.2. Жанры фотожурналистики

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в разработке дизайна бренда компании.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Жанры позволяют фотожурналистам эффективно передавать информацию, эмоции и идеи через визуальные образы.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

РАЗДЕЛ 1. Основы теории и истории фотожурналистики
Тема 1.2. Жанры фотожурналистики

Текст лекции.

В практике фотожурналистов можно выделить два вида жанров - **информационные** и **публицистические.**

К первому виду относятся фотозаметка, фотозарисовка, фоторепортаж, фотосерия.

Ко второму - фотокорреспонденция, фотоочерк, фотомонтаж.

Разграничением по видам служит характер отображения действительности: констатация (описание) и интерпретация (анализ, обобщение, выражение своей точки зрения автором).

Что же характерно для информационных жанров? Как пишет в своей книге «Жанры фотожурналистики» российский исследователь Н. И. Ворон, «фоторепортёр - это ловец мгновений. Под понятием «мгновение» подразумевается новый факт. Фотожурналист снимает для газеты и журнала, их читателям не нужен устаревший материал. Поэтому от фоторепортёра требуется оперативность в работе. И не только это. В многообразии действительности фоторепортер должен находить и запечатлевать общественно важные, злободневные моменты».

Следовательно, **для произведений информационных жанров характерны:**

- констатация нового факта или свершающегося события;
- оперативность отображения;
- злободневность содержания.

Рассмотрим информационные жанры фотожурналистики детально.

Фотозаметка представляет собой жанр оперативной информации об актуальных фактах современной действительности, который используется в периодической печати. Она может отображать как положительные, так и отрицательные стороны общественной жизни. Фотозаметки, обнажающие негативные явления действительности, порой называют фотообвинением.

Жанр фотозаметки имеет широкую тематику. Но, как утверждает Н. И. Ворон, необходима тематическая определённость и выверенность при использовании этого жанра, так как факт в публикациях такого вида только фиксируется, а его анализ зачастую отсутствует. Таким образом, нацеленность в периодической печати - одно из условий воздействия на читателя. Изменения, протекающие в фотозаметке, затрагивают как фотографический её элемент, так и текстовый. Текстовый компонент становится средствомразговора с читателем. Характерный структурный признак современной фотозаметки - стремление к органичной связи обоих компонентов.

Разновидности фотозаметок: *некомментированная, комментированная и развёрнутая.*

Фотозарисовка - форма отображения одной или нескольких примет современной действительности. Своего рода это набросок с натуры, что отражено в самом названии жанра. Фотозарисовка обнаруживает тему, но, как правило, не предоставляет публицистического осмысления материала. Отличается эмоциональностью отображения, в ней часто используется язык образов.

Фотозарисовка отличается лаконичностью отображения. Она нередко появляется на страницах печатных изданий без ярко выраженного событийного повода. Но, тем не менее, так же как и другие информационные жанры, обладает признаком оперативности.

Разновидности фотозарисовок: *информационно-познавательная, лирическая.*

Фоторепортаж, как правило, представляет собой несколько фотографий, которые изображают развитие какого-либо события или показывают объект с различных сторон. Соответственно, один из основных признаков фоторепортажа - многокадровый изобразительный ряд. Каждый снимок в этом ряду занимает хроникально точное место.

Помимо типичных для информационных жанров вопросов что? кто? где? когда? фоторепортаж должен отвечать на

свой главный вопрос - как? Этот жанр сочетает в себе пространственно-временную определённость и выразительность изображения человека, являющегося действующим лицом. Задача фоторепортёра не ограничивается обязанностью отобразить в ряде снимков физическое действие, он также должен передать и психологический аспект. По мнению Н. И. Ворона, в фоторепортаже, в отличие от фотозаметки, можно выделить не только фабулу, но и сюжет. Уточняется, что фабулу «предоставляет» сама действительность, в то время как сюжет выстраивает автор. Жанру фоторепортажа открыто огромное количество тем. С его помощью можно показать и труд, и учёбу, и любое событие в жизни людей. Единственное, что ограничивает тематические рамки, - это оперативность отображения.

Фотожурналист, работая в этом жанре, должен постоянно следить за изменяющейся действительностью, вовремя фиксировать характерные моменты, отражающие её, и как можно быстрее доносить отснятый материал до читателя. *Разновидности фоторепортажа: хроникальный фоторепортаж, интерпретирующий фоторепортаж.*

Фотосерия - публикации в данном жанре представляют собой несколько фотоснимков, собранных в единое произведение на ту или иную тему. Подобный ряд фотографий не имеет сюжетной завершённости, в отличие от фоторепортажа и фотоочерка.

Каждый снимок фотосерии самодостаточен и равноценен по отношению к другим. Между собой фотографии может скреплять лишь тематика или какая-нибудь общая деталь.

Разновидности фотосерии: *авторская, редакционная.*

Произведениям публицистического вида свойствен более широкий охват действительности. Отображается, как правило, не один факт, а несколько. Факты в данном случае представляют собой не эмпирическую констатацию реальности, а служат средством аргументации, раскрытия явления. Даже тогда, когда фотожурналист заостряет внимание на одном факте, рассматривает его не изолированно, а пытается выявить те «нити», которыми он связан с одной или несколькими сторонам действительности.

Отображение различных моментов общественной жизни в данной группе жанров носит интерпретирующий характер.

Для жанров публицистического вида свойственны:

- широта охвата действительности;
- многоаспектность исследования;
- масштаб обобщений и выводов.

Далее рассмотрим публицистические жанры фотожурналистики детально.

Фотокорреспонденция открывает группу публицистических жанров фотожурналистики. Информация, поданная в виде фотокорреспонденции, имеет в качестве постоянного признака тенденцию к интерпретации. Обязательно содержит аналитический компонент.

Аналитика может достигаться за счёт сопоставления двух противоречивых изображений или, наоборот, - похожих. В таком случае, даже если каждый из кадров по отдельности пассивен, в своём «столкновении» они становятся динамичными и вместе раскрывают суть одного явления. Таким образом, фотокорреспонденция не столько сообщает о фактах общественной жизни, сколько осмысляет их, обобщает, показывает их взаимосвязь и взаимозависимость.

Разновидности фотокорреспонденции: оперативная фотокорреспонденция, проблемная фотокорреспонденция, образная фотокорреспонденция.

Фотоочерк, показывая единичное, обобщает его, при этом не лишая индивидуальных черт. Объект отображения фотоочерка - явления современной общественной жизни. «Ясно одно: фотоочерк - это материал, в котором человек от события идёт к явлению, от частности - к обобщению», - утверждал фотожурналист Л. Портер ещё в 70-е годы прошлого столетия. «В фотоочерке всегда должно вестись исследование явления действительности», - подтверждал другой исследователь-фотожурналист Н. Еремченко.

Фотоочерк можно рассматривать также как форму повествования о судьбе человека. В фотоочерке, в отличие от таких похожих на него жанров, как фоторепортаж и фотозаметка, отсутствует заданность в расположении снимков на газетной или журнальной полосе. «Фотоочерк складывается из фрагментов собственного видения жизни - и в целом, и в частностях», - отмечал фотожурналист Б. Фаин.

Фотографии могут быть расположены по логике публицистического произведения, помогая читателю уловить мысль автора, а не просто факт. Именно развитие авторской мысли - основной принцип, по которому строится современный фотоочерк.

Сюжет фотоочерка всегда завершён. Это выражается тем, что в нём находит завершение образ героя или авторская мысль, однако тема на этом не исчерпывается. Разные фотоочеркисты могут обращаться к одной и той же теме, открывая её по-новому.

Разновидности фотоочерка: *портретный, путевой, проблемный.*

Фотомонтаж. В фотомонтаже предполагается домысел, который, однако, сохраняет такую особенность жанра, как достоверность. Достоверность или документальность в данном случае выступает не во внешнем соответствии действительности, а в сущностном. Здесь важна не изобразительность документа, а выразительность детали, которая служит материалом для создания образа. Для фотомонтажа значима не столько новизна запечатлённого объекта, сколько взгляд на него. Для работ этого жанра характерен лаконизм изображения. В нём намеренно «сгущаются краски»

Разновидности фотомонтажа: *героико-патриотический, сатирический.*

Разновидности портретных изображений в прессе: *фотопортрет, рекламное портретное фотоизображение, заставка-символ.*

Важно отметить, что, как и сами жанры, их виды на практике редко обнаруживаются в чистом виде. Нередко приходится наблюдать проникновение элементов одной формы в другую.

Сегодня фотоиллюстрация стала тем, без чего невозможно представить себе современную прессу, независимо от её профиля. Плохо иллюстрированное печатное издание оказывается в невыгодном положении по отношению к своим конкурентам.

Сегодняшний этап развития визуализации печатных СМИ обусловлен также их конкуренцией с телевидением и Интернетом. Визуальная информация выступает наряду с вербальной и порой превосходит её как по информативности, так и по привлекательности для аудитории.

Читатели всё больше привыкают опираться на изображение и выбирают материал для чтения, руководствуясь именно им. И если традиционное соотношение текста и графики в общенациональных газетах было 60 на 40 %, то теперь можно проследить обратную пропорцию. Это доказывает тот факт, что всё более значимым становится элемент наглядности. Современные полиграфические и фотографические технологии дают возможность расширить не только формы, но и функции любой иллюстрации. Помимо информативной фотопубликация может играть также образную роль.

Готовый образ, созданный фотоиллюстрацией, легко воспринимается и дополняется текстом. Однако эта функция исключается, когда речь идёт о новостной заметке. Примечателен тот факт, что, несмотря на сегодняшние технические возможности, люди зачастую продолжают доверять фотографии на страницах прессы. По этому поводу существует несколько мнений.

Одно из них заключается в том, что подобное отношение сохранилось со времён советской журналистики, когда фотография на странице газеты действительно была неопровержимым фактом, фотофактом. «Советская система создала вокруг снимков в периодике ореол правдивости». Согласно другому мнению, «фотография по причине её «естественности» не может расцениваться как фальсификация даже в случае её искажения». Эти стереотипы актуальны на сегодняшний день, и то, пользоваться ими или нет, - это уже вопрос этики того или иного издания.

Портреты в фотографии - это жанр, продолжающий традиции портретной живописи, в котором главным объектом изображения становится человек или группа людей, а также животные. Главное отличие жанра - стремление запечатлеть не просто фотографические черты, а характер, настроение и внутренний мир человека. Обычно смысловым центром оказывается лицо портретируемого, но это могут быть и другие части тела. Например, ноги балерины или мускулистые руки спортсмена.



Смысловые центры портрета в фотографии

На протяжении XX века, как и в наши дни, портретное фото остаётся одним из самых востребованных жанров художественной фотографии. Его история во многом повторяет историю изобразительного искусства в целом. Например, создавались фотопортреты в стиле сюрреализма или поп-арта. Многие мастера делали запоминающиеся автопортреты. Столь популярный сейчас жанр селфи тоже относится к портретной съёмке.

В жанре портрета выделяются два основных подхода к условиям съёмки, у каждого из которых есть свои сильные и слабые стороны. Первый - студийная съёмка, когда у мастера есть все условия, чтобы настроить идеальное освещение, сделать правильный фон, поработать с внешностью модели. В процессе можно не торопиться, пробовать разные ракурсы и не беспокоиться из-за погодных условий или вмешательства посторонних. Но когда человек знает, что его снимают, он словно перестаёт быть собой и начинает играть роль. И зритель тоже понимает, что снимки эти - постановочные.



Ирвин Пенн. «Роберт де Ниро», 1993

Второй подход - репортажная съёмка, при которой человек не позирует специально. Он участвует в каком-либо мероприятии или занимается повседневными делами, а фотограф наблюдает и снимает удачные кадры. При этом освещение и композиция могут быть несовершенными, часто на снимок попадают посторонние предметы. Зато портрет получается естественным - мы будто видим фрагмент из жизни.



Александр Ростокин. «Любимов»

Трудно найти фотографа, который бы не попробовал силы в этом жанре. Первые камеры покупаются обычно для того, чтобы снимать близких и самого себя. Однако некоторые фотохудожники достигают таких высот, что поднимают искусство портретной съёмки на новый уровень.

Вот несколько самых известных мастеров портрета в фотографии:

Филипп Халсман (Philippe Halsman) - американец литовского происхождения, который много лет дружил и сотрудничал с Сальвадором Дали (Salvador Dali). Даже далёкие от искусства люди знают его снимки Мэрилин Монро (Marilyn Monroe), также известны фотопортреты Альберта Эйнштейна (Albert Einstein).

Юсуф Карш (Yousuf Karsh) - канадский фотограф армянского происхождения, ставший одним из самых влиятельных мастеров портрета в XX веке. Хрестоматийным стал созданный им образ Уинстона Черчилля (Winston Churchill) под названием «Ревущий лев».

Арнольд Ньюман (Arnold Newman) - в эпоху расцвета мелкоформатного фото Ньюман отдавал предпочтение крупному формату. Он называл портреты человеческой биографией, которая должна быть интересна зрителю. Самая известная его работа - не принятый заказчиком фотопортрет Стравинского.

Ричард Аведон (Richard Avedon) - этот автор оставил яркий след в сфере модной индустрии. Про него говорили, что герои его портретов превращаются в символы самих себя.



Синди Шерман. «Untitled№ 96»

Портреты, созданные талантливыми авторами, - это ценные арт-объекты. Фотография Синди Шерман (Cindy Sherman) «Untitled № 96» была продана за 3,9 миллиона долларов - это одна из самых дорогих фотографий в мире.

1. Учебная дисциплина. ФОТОЖУРНАЛИСТИКА
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 2. Основы фототехники и фотосъемки.
Тема 2.1. Техника фотографии

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о истории становления и развития рекламы

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные аспекты техники фотографии, включая теоретические знания, практические навыки и работу с программным обеспечением для обработки изображений.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

РАЗДЕЛ 2. Основы фототехники и фотосъемки.
Тема 2.1. Техника фотографии
Текст лекции.

Мощный, красивый и дорогой автомобиль не сделает вас хорошим водителем. Дорогая посуда не поможет стать искусным поваром. А профессиональная фотокамера - это далеко не всё, что нужно, чтобы стать хорошим фотографом. Сегодня в Интернете полно уникально красивых кадров, сделанных не профессиональной фототехникой, а обыкновенными мобильными телефонами. Поэтому техника - это всё же не главное. Человек, который понимает принципы фотографии и видит сюжет, сможет сделать красивый снимок чем угодно.

Умение видеть кадр приходит с накопленным опытом, этому сложно научить, а в итоге люди видят один и тот же фотосюжет по-разному. А вот законы физики и базовые принципы фотографии для всех одинаковы, поэтому творческий путь всегда стоит начинать с их изучения.

Законы физики и базовые принципы фотографии для всех одинаковы.

Начнём с изучения таких понятий фотодела, как выдержка, диафрагма, ISO, и особенностей разных режимов съёмки.

Что такое экспозиция? Это количество света, которое получает матрица фотоаппарата (т. е. микросхема, состоящая из фотодиодов - светочувствительных элементов) или плёнка, которой мы сегодня вряд ли вообще будем пользоваться. Экспонирование - это сам процесс экспозиции. Количество света зависит от времени экспонирования и уровня освещённости, который регулируется выдержкой, диафрагмой и чувствительностью матрицы. Для того чтобы нам проще было понимать разницу в экспозиции, запомним понятие «ступень».

Выдержка в фотографии. Это отрезок времени, в течение которого затвор открыт и свет попадает на матрицу.

В большинстве случаев выдержка очень короткая и измеряется в секундах и долях секунды. Например, значение 60 на экране фотоаппарата соответствует 1/60 доли секунды. Существует стандартный ряд выдержек с шагом в одну ступень: 1, 1/2, 1/4, 1/8, 1/15, 1/30, 1/60, 1/125, 1/250, 1/500, 1/1000, 1/2000, 1/4000 с. Каждая следующая ступень уменьшает количество света, попадающего на матрицу в два раза. В четыре раза - это две ступени. В восемь раз - три ступени и т. д.



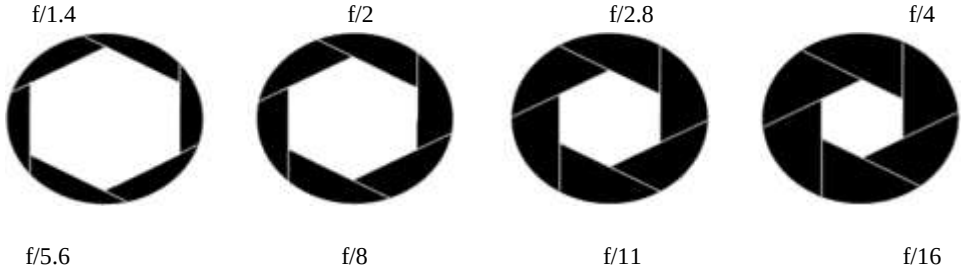
Съёмка с короткой, средней и длинной выдержкой

Каждая камера характеризуется диапазоном выдержек. В общем случае самая короткая выдержка составляет 1/4000 секунды, а самая длинная - 30 секунд. Снимать «с рук» можно на достаточно коротких выдержках (порядка 1/100, 1/200 секунды

и короче), а для выдержек, измеряемых секундами (или даже для 1/10 секунды), нужен штатив. Без штатива естественное дрожание рук, характерное для всех людей без исключений, сделает кадр смазанным, нерезким. Однако не стоит думать, что короткая выдержка - это однозначно хорошо, а длинная - непременно плохо. Нет, разные значения выдержки нужны для разных целей. Всё зависит от конкретных условий и жанра съёмки.

Диафрагма. Это отверстие в объективе, диаметр которого можно регулировать, тем самым изменяя количество света, попадающего на матрицу. Выдержка и диафрагма - основные параметры экспозиции. Значения выдержки и диафрагмы вместе называют экспопарой. Для диафрагмы также существует стандартный ряд значений с шагом в одну ступень: 1.4, 2, 2.8, 4, 5.6, 8, 11, 16.

Как и в случае с выдержкой, каждая ступень означает уменьшение количества света вдвое. Обозначается диафрагма дробью с маленькой буквой f (172.8) или произведением с большой буквой F (F2.8). Оба варианта правильны.



Изменение диаметра отверстия при его закрытии с шагом в одну ступень

Чем меньше значение, тем более открытой считается диафрагма. Её максимальное значение называют светосилой объектива. Собственно, максимальная диафрагма - одна из важнейших характеристик объектива, обуславливающая его конечную стоимость. Кроме того, диафрагма определяет глубину резко изображаемого пространства (ГРИП).



Вот как лепестки диафрагмы выглядят в объективе

Если вы сделаете кадр с выдержкой 1/100 с и диафрагмой F2.8, а затем поменяете значения на 1/50 и F4 соответственно, то экспозиция останется прежней, а фотографии будут выглядеть одинаково. В обоих случаях на матрицу будет попадать одинаковое количество света. Есть и ещё один параметр, который стал актуальным в эру цифровой фотографии - чувствительность матрицы.

Что такое ISO фотоаппарата? Чувствительность и ISO - одно и то же. Проще говоря, это величина восприимчивости матрицы фотоаппарата к свету. Так же как выдержка и диафрагма, чувствительность описывается стандартным рядом значений с шагом в одну ступень: 100, 200, 400, 800, 1600, 3200, 6400, 12800 и т. д. Аналогично мы можем сделать два кадра: один с выдержкой 1/200 с, диафрагмой F2.8 и ISO 200, а второй - закрыть диафрагму до значения F4, а чувствительность увеличить до 400 единиц. Экспозиция будет одинаковой.

Прежде сменить светочувствительность на плёночном фотоаппарате можно было одним способом: вынуть кассету и вставить другую. Сегодня в цифровой фотографии всё проще: ISO регулируется нажатием одной кнопки. А ещё можно указать этот параметр
автоматически.



Качество фотографии при ISO 200 (слева) и ISO 25600 (справа)

Чем выше ISO, тем больше так называемого шума (дефекта изображения) появляется на фотографии и тем хуже в итоге её качество.

Повышать чувствительность следует только при съёмке в тёмное время суток. А уровень шума на высоких значениях ISO является одной из важнейших характеристик матрицы (и фотоаппарата в целом), поэтому съёмка одной и той же сцены с разной чувствительностью приводится почти в каждом обзоре.

Режимы P, A, S и M. Почти во всех фотоаппаратах (в зеркальных, беззеркальных и топовых компактных) есть несколько режимов работы. Самый простой из них - автоматический, которым пользуется большинство людей. Он позволяет не разбираться в том, что такое выдержка, диафрагма, чувствительность, а просто снимать и в половине случаев получать приемлемый результат.

Взрывной рост популярности фотографии в 1990-х годах был спровоцирован именно массовым внедрением авторежимов. Но даже самая совершенная автоматика не работает
со стопроцентным результатом.



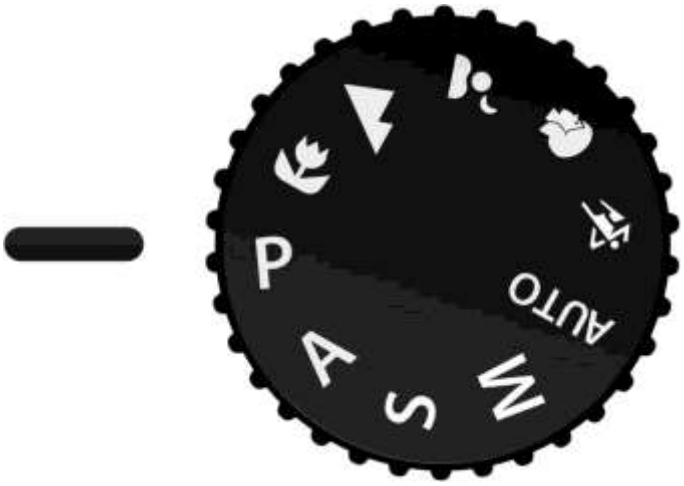
Селектор режимов съёмки на типичной зеркальной или беззеркалъной камере

Самыми востребованными режимами у продвинутых и профессиональных фотографов становятся полуавтоматические режимы - A и S (или Av и Tv в камерах Canon).

В режиме A (англ. Aperture - отверстие, диафрагма) мы вручную устанавливаем значение диафрагмы, а оптимальную выдержку камера подбирает автоматически, опираясь на данные встроенных датчиков. Поэтому он и называется режимом приоритета диафрагмы.

Режим приоритета выдержки называется 8 (англ. Shutter - затвор) и работает по такому же принципу. Мы вручную задаем значение выдержки, а оптимальное значение диафрагмы камера подбирает самостоятельно. Этот режим часто используется репортажными фотографами.

С режимом M (англ. Manual - ручной) всё просто - это полностью ручной режим. Значение выдержки и диафрагмы мы устанавливаем вручную. Камера же может только подсказывать нам, что с выбранными значениями кадр будет недоэкспонирован либо пересвечен (переэкспонирован).



Режим программной автоматической экспозиции как лучшая альтернатива полностью автоматическому режиму

Режим **P** (англ. Program AE - программная автоэкспозиция) - это альтернативная версия полностью автоматического режима. Оба параметра экспозиции (выдержка и диафрагма) устанавливаются автоматически. Во всех этих режимах мы самостоятельноустанавливаем ISO, в то время как в режиме Auto (полный автомат) ручное управление чувствительностью недоступно.

Практически все профессиональные фотографы отказываются от автоматического режима, используя режимы творческой зоны (P, A, S или M).

Свет в фотографии

Делая снимки с одного и того же ракурса, у одного фотографа получаются снимки- шедевры, а у другого - невнятные изображения. Это происходит потому, что неумелый фотограф не учёл нюансов освещения. Чтобы сделать красивые фотографии, необходимо знать теоретические основы работы со светом. Давайте разберём, какую роль играет свет в фотографии, чтобы результаты съёмки принесли максимальное удовлетворение.

Мягкий и жёсткий свет

Рассмотрев большое количество снимков, можно заметить, что на одних тени резко очерчены, другие же характеризуются их размытостью и плавными переходами. Такого эффекта добиваются использованием жёсткого или мягкого света.

Жёсткий свет характеризуется минимумом полутонов. Контраст между светом и тенью выглядит достаточно резко: тени глубокие с ярко выделяющимися бликами. Получить снимки с подобным эффектом можно:

С в полдень солнечного дня;

С используя вспышку без насадок;

С воспользовавшись студийными приборами, оснащёнными рефлектором, сотами, тубусом.

Мягкий естественный и искусственный свет в фотографии чаще всего применяется в портретном искусстве. В процессе такой фотосъёмки максимально очерчены полутона и градиенты.

Почерпнуть мягкий свет можно:

С в утренние и вечерние часы солнечного дня;

С днём пасмурного дня;

С в тени домов;

С в свете из окна;

С используя фотозонт или софтбокс;

С применяя отражатели и рассеиватели.

Именно благодаря игре с мягким и жёстким светом возможно создать необходимые эффекты на фотографии.

Нюансы получения светотеневого рисунка

Работая с фотокамерой, можно приспосабливаться к естественным условиям освещения или же распоряжаться светом, выставив его в студии. Для получения светотеневого рисунка используются следующие виды:

S направленный;

рассеянный;

отражённый.

В первом случае мощный источник света направляется на объект с близкого расстояния. При этом световые модификаторы (насадки) не используются. Фото получается с жёстким переходом от света к тени.

Рассеянное освещение в фотографии достигается использованием полупрозрачных субстанций, перекрывающих основной источник света. Рассеивателями могут выступать:

низкие облака;

тень в яркий солнечный день;

просвечивающаяся ткань или лёгкие занавеси;

листок бумаги;

специальные приспособления типа просвета, софтбокса.

Светотень, полученная по такой схеме, будет самой мягкой.

Для получения отражённого рисунка необходимо, чтобы источник света отбился от какой-то поверхности. Использовать можно зеркало, белую или серебряную стену. Цветные - применяются в крайних случаях для создания определённых рефлексов. Снимки по такой методике получатся средней жёсткости.

Роль источников света в фотографии

Кроме основного в фотографии используются источники света для получения вспомогательных эффектов.

Различают:

'Р рисующий свет - главный источник освещения;

'Р заполняющий - равномерно освещает сцену;

'Р моделирующий - необходим для получения акцентов и бликов;

J контровой - расположен сзади модели, подсвечивая контуры;

фоновый - подсвечивает место между расположением модели и задним планом.

Понимание характера света

Свет характеризуется тремя моментами:

S направлением;

цветом;

жёстким или мягким освещением.

Работа под прямым светом характеризуется чётко очерченными и глубокими тенями. Именно по ним легко определить использование жёсткого света. Размытые и нечёткие переходы теней свидетельствуют о применении мягкого света.

Проанализировав затемнённые участки, можно с лёгкостью определить местонахождение светового источника. Он располагается с противоположной стороны от теней на кадре.

Положение источников света

Размеры источника света также имеют значение. Если лампа небольшая, освещение получится жёстким и направленным. Чтобы получить снимок с мягкими тенями, придётся направлять большой поток света.

Следует также регулировать расстояние от световых приборов до объекта съёмки. Огромное солнце, находясь далеко, превращается в небольшой осветитель, что непосредственно влияет на жёсткость фото.

Влияние баланса белого на освещение

Фотокамеры снабжены настройкой баланса белого цвета - цветовой температуры. Чем ниже показатель по шкале Кельвина, тем больше красного будет на снимке. Высокий показатель даст преимущество для синего цвета.

Источник света	Цветовая температура в К
Чистое синее небо	9,000 - 15,000
Пасмурное небо	6,000 - 8,000
Полуденное солнце и чистое небо	6,500
Солнечный свет	5,400 - 6,000
Электронная вспышка	5,400 - 6,000
Домашнее освещение	2,500 - 3,000
200В лампочка	2,980
100В лампочка	2,900
75В лампочка	2,820
60В лампочка	2,800
40В лампочка	2,650
Пламя свечи	1,200 - 1,500

Цветовая температура по шкале Кальвина

Играя с балансом белого, фотограф может сделать работу естественной, более тёплой или, наоборот, холодной.

Как взять свет под контроль

Направление света в фотографии помогает добиться дополнительных эффектов. Это важный момент. К примеру, в полдень солнце светит сверху вниз. Поэтому на фотопортрете глаза, нос и подбородок получатся с длинными тенями.

Передний свет

Свет со стороны камеры поможет выделить мелкие детали, но изображение выйдет плоским, не отражающим текстуру и форму предмета. Подобного эффекта можно добиться, снимая на улице и став спиной к солнцу. В помещении небесное светило можно заменить встроенной вспышкой.

При желании получить красивую светотень, применяют правильный верхний свет. Подсветку снизу чаще всего используют во время съёмок фильмов ужасов, получая огромные страшные тени.

Боковой свет

Если цель съёмок - подчеркнуть структуру и очертания, применяется боковое освещение. Источники света располагают по правую или левую сторону от модели. При создании портрета от подобной методики лучше отказаться во избежание попадания в кадр морщин и прыщиков. А структуру мышц спортсменов возможно подчеркнуть.

Задний свет

Желание получить атмосферные фото подталкивает фотографов устанавливать источник освещения сзади. Подсвеченный со всех сторон объект передастся с чёткими контурами.

Как улучшить освещение

Природный свет и искусственное освещение в фотографии используются как для съёмки пейзажей, так и портретов. Повлиять на солнечный свет невозможно, но осветить модель в нужном ракурсе вполне по силам.

Жёсткий полуденный солнечный свет можно смягчить, используя дополнительный источник света по поверхности, превышающий объект съёмки. Чем ближе он будет находиться к модели, тем рассеянный свет станет мягче. Поможет добиться нужного эффекта рассеиватель, смягчающий тени. Не имея под рукой оборудования, можно склеить два листа белой бумаги или взять белую ткань.

Снимая безоблачным солнечным днём, целесообразно воспользоваться рефлектором или отражателем. Тогда свет, отражаясь, будет хорошо подсвечивать участки, на которые падает тень. Он не смягчит тень, но сгладит контраст между светлыми и теневыми зонами.

Использование вспышки

Зоны, попадающие в тень естественного источника света, на фото можно подсветить с помощью вспышки. Если модель располагается не далее 2 метров, вполне достаточно встроенной вспышки. При более далёком объекте съёмки потребуется дополнительно приобрести осветительный прибор большой мощности.

Включение TTL-режима

Используя внешнюю вспышку, следует выставить режим TTL, чтобы направленный свет в фотографии заполнял пространство полностью.

Проверка экспозиции

Сделав пробный снимок и посмотрев результат, можно определить, достаточно ли освещает вспышка объект или нужно взять более мощный аппарат. При слабом освещении попробуйте подойти ближе к предмету съёмки.

Уменьшение мощности вспышки

В случае слишком яркого изображения по отношению к фону, придётся уменьшить мощность вспышки, выставив отрицательное значение.

Как максимально использовать естественное освещение

Освещение для уличных съёмок контролируется самой природой. Фотографу под силу подстраиваться под направление света, изменяя ракурс. В разное время суток и при различных погодных условиях один и тот же объект будет выглядеть по-разному.

«Золотым часом» для получения хороших фото является время на рассвете и перед закатом. Боковой солнечный свет прекрасно оттеняет объекты. А чем солнце ниже, тем теплее получится снимок.

Фотографирование против света

Чтобы получить эффектное фото, можно поиграть с контровой подсветкой. В этом случае источник света располагается сзади. В зависимости от выбора экспозиции возможны два варианта снимков:

- засвеченный силуэт модели и чёткий задний план;
- проэкспонированный объект на засвеченном фоне.

Компонировать кадр при контровой съёмке следует в режиме Live View.

Предсказание поведения естественного света

Чтобы сфотографировать пейзаж в нужном ракурсе, желательно заранее спрогнозировать движение солнца. Загрузив одно из мобильных приложений - Photographer’s Ephemeris или Sunseeker - легко отследить движение небесного светила в любой точке. Останется только сверить полученные данные с прогнозом погоды - не ожидаются ли во время работы облачность или осадки.

Фотографирование при контровом направленном свете

Для снимков, сделанных в условиях контрового света, очень важна правильная экспозиция.

Избегание бликов

Чтобы не засветить световую фотографию, установите на объектив фотоаппарата бленду.

Бленда - это аксессуар к объективу или часть его оправы, которая используется для борьбы с бликами и паразитной (нежелательной) засветкой при фотосъёмке в сложных условиях освещения. По-немецки «бленда» (Blende) означает «заслонять», то есть бленда выполняет ту же роль, что и поля шляпы, панамы или кепки в солнечный день.



Бленда

Функции бленды:

1) защита от бликов - солнечные зайчики на фотографиях могут украсить кадр, но чаще всего блики на фотографии являются браком, а их удаление в программе «Фотошоп» довольно трудоёмко;

2) защита от засветки - в яркий солнечный день при жёстком свете бленда поможет избавиться от «дымки», которая может испортить любой кадр;

3) защита оптики от атмосферных осадков - конечно, от ливня бленда вряд ли спасёт, но вот от снежинок, капель моросящего дождя, брызг воды она может уберечь. Иначе вам придётся долго обрабатывать снимок, чтобы удалить капли на объективе или превратить их в преимущество;

4) защита от механических повреждений - при детской и репортажной съёмке бывает сложно уберечь оптику от детских пальчиков и когтей животных. К тому же при падении объектива во время съёмок бленда убережёт оптику от повреждений.



Примеры использования бленды

Основной характер света в фотографии не может быть хорошим или плохим. Он просто подходит или не подходит вам в данный момент. Часто снимая пейзажи, природу, путешествия, приходится использовать солнце в качестве источника. В портретном искусстве тоже можно положиться на его естественный свет, не используя вспышек.

Работая в студии, приходится использовать искусственное освещение, начиная с обычных лампочек и заканчивая профессиональной осветительной техникой.

Фотографу достаточно усвоить принципы света вне зависимости от того, что является его источником.

На фотоизображении модели, освещённой при помощи прямого источника света или прямой вспышкой, теней практически не будет. Но и вид получится плоским. Поэтому фотографы часто совмещают прямое и боковое освещение, что позволяет получить глубину текстуры.

Фото, сделанные в полдень под прямыми солнечными лучами, по этой причине будут выглядеть намного хуже, чем сфотографированные утром или вечером.

Использование отражения

Чтобы получить красивые работы, следует использовать отражающие свойства предметов. Идеальными получаются пейзажи, снятые в отражении водной глади любого водоёма. Подобного эффекта можно добиться, снимая предметы, отражающиеся в окнах, стеклянных дверях или витринах. Появление бликов в глазах моделей свидетельствует об отражении света в глазах.

Секреты искажения света

Примеры уроков света в фотографии свидетельствуют о его движении - прямом, если на пути нет преград, и преломляющемся в момент прохождения сквозь воду, стекло, пластик.

Изображение предмета, сфотографированное сквозь призму стакана с водой, будет искажённым, а отобразившись в хрустальном шаре, оно вообще перевернётся вверх ногами.

Использование свойства отражения света от поверхностей

Не только зеркальные поверхности способны отражать свет. Поток, направленный на белую стену, также отразится в ней и рассеется. Поэтому, направив вспышку в стену, а не на лицо модели, освещение превратится в мягкое и довольно эстетичное. Используя специальный отражатель, можно добиться преломления даже солнечного света.

Изменение интенсивности освещения

Солнцем управлять невозможно. Под него нужно уметь подстраиваться. А в студии всегда есть возможность подкорректировать мощность профессионального освещения до требуемого показателя. Ослабить свет можно, отодвинув его

источник от модели или воспользовавшись рассеивателями. Для более сильного освещения, наоборот, - придвинуть как можно ближе.

Осознание основ света в фотографии способно подсказать массу способов управления процессом съёмки и получения высококачественных фотографий.

1. Учебная дисциплина. ФОТОЖУРНАЛИСТИКА
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 2. Основы фототехники и фотосъемки.
Тема 2.2. Законы композиции в фотографии

3. Цели занятия

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, а также в понимании структуры работы рынка рекламы.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Элементы помогают фотографам создавать гармоничные и выразительные композиции, передавая задуманные идеи и эмоции	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

РАЗДЕЛ 2. Основы фототехники и фотосъемки.
Тема 2.2. Законы композиции в фотографии

Текст лекции.

Средства и приемы фотокомпозиции

Приблизиться к пониманию фотокомпозиции можно единственным путем — через познание ее средств и приемов, анализ композиционного строя чужих фотографий. Это опыт, который можно перенять. К нему должны прилагаться интуиция и творческое видение, обучить которым уже невозможно. Это триединство составляет суть профессионального фотографа.

Найти баланс между разными визуальными приемами, выбрать нужную точку, момент, ракурс, создать композиционно завершенное творение может только он сам.

Источники, которые были использованы для иллюстрирования последующих глав этой части пособия, часто не содержали указания на авторство снимков. Для сохранения единообразия излагаемого материала автор счел возможным и в других случаях не называть фамилии фотографов.

Композиция для фотографии является важнейшим компонентом ее образного строя, ее языка, который определил не только стилистические направления развития фототворчества, но и взаимоотношения с разными школами изобразительного искусства. Первые шаги фотокомпозиции целиком были зависимы от современных им достижений живописи. В портрете, жанровой сцене, пейзаже, натюрморте следование живописной традиции в первые десятилетия существования фотографии было велико. В некоторых жанрах, напрямую не связанных с фотопублицистикой (натюрморт, пейзаж и т.п.), оно проявляется и до сих пор. В то же время делающая начальные шаги фотография набиралась художественного опыта, училась изобразительной речи и одновременно осознавала собственные творческие возможности. В складывании принципов фотокомпозиции существенную роль сыграли особенности ее техники и творческого процесса.

Под *фотографической композицией* следует понимать весь изобразительный строй снимка, созданный фотографом для достижения четкости и выразительности художественной формы и раскрытия тематического содержания картины. Это целевая организация площади изображения и всех элементов зрительной формы на ней для выражения идеи произведения. Композиция в таком понимании — это сочетание всех элементов сюжета и рисунка в фотоснимке с учетом смысловых нагрузок на отдельные, наиболее важные компоненты кадра.

Композиционный рисунок определяется, в первую очередь, наличием и местоположением смыслового композиционного центра, размещением фигур и предметов на картинной плоскости, затем — характером и направлением происходящего в кадре движения, расположением основных линий и светотональных масс, ритмическими повторами, элементами перспективы и пр. Работа над композицией кадра приводит все эти элементы в определенную гармоническую систему, делает рисунок ясным и четким, позволяет выразить с необходимой полнотой содержание фотографии.

Фотокомпозиция снимка и композиция газетно-журнальной полосы — понятия синонимичные, но разноплановые. Фотография — это единая изобразительная поверхность, которую фотомастер с помощью специфических средств и приемов превращает в композиционное пространство.

Поэтому, с одной стороны, фотоснимку как изобразительной плоскости присущи те же свойства внутренней структурной модели, что и газетной полосе: силовые линии, восходящие и падающие диагонали, три центра полосы — геометрический, оптический и смысловой. С другой стороны, фотография как однородная композиция оперирует своими специфическими средствами и приемами. Можно выделить *четыре* способа создания грамотного композиционного решения: использование линейной и тональной (воздушной) перспективы, световое и цветовое решения фотоснимка.

Линия и тон

В любом фотографическом снимке легко обнаруживаются два основных элемента, из которых состоит изображение. Это тона и линии, выступающие в самых различных соотношениях. *Линия* на фотографии не является первичным элементом, а возникает как производная от тона. Она представляет на снимке лишь раздел двух тонов, иногда ясный и четкий, иногда мягкий, а порой и вовсе расплывчатый



Рис. ***IV-12. Линия на фотографии является производной от тона***

(рис. IV-12).

Основным элементом фотоизображения является *тон.* Но вместе с тем в ряде случаев линия приобретает столь ярко выраженный характер, что становится основой композиции, ведущим началом в изобразительной форме (рис. IV-13).



Рис. ***IV-13. Тон определяет сюжет снимка***

Линии работают на глубину снимка, создавая ощущение трехмерности.

Они ведут взгляд по направлению к горизонту или центру композиции. Разные линии воспринимаются по-разному: изогнутые успокаивают, ломаные действуют как раздражитель, вертикальные передают величие, силу и мощь, горизонтальные — спокойствие и безмятежность, а диагонали привносят динамику.



Рис. ***IV-14. Невидимая линия взгляда***

Причем этот эффект сохраняется не только для линий, которые мы действительно видим, — границы дороги, столбы, провода, линия горизонта, но и для воображаемых. Линия может быть вовсе невидимой, например, направление взгляда или жеста (рис. IV-14).

Поэтому, понимая линию как элемент изображения, производный от тона, мы можем говорить как о тональной, так и о линейной композиции. С помощью тона и линии оттачивается изобразительная форма снимка и выражается его содержание. При этом тон выступает основным рисующим элементом композиции, а линия — вспомогательным, направляющим.

Линии и тона — основные элементы фотографического изображения, помогающие достижению на картинной плоскости фотографии гармоничного и упорядоченного рисунка.

Контраст

По аналогии с общими закономерностями контраста в композиции, изложенными в предыдущей части пособия, в фотокомпозиции выделяются: контраст величин (размеров), контраст зрительного веса предметов, тональный и цветовой

контрасты. Тональный заключается в разнообразии и удаленности тонов друг от друга по тоновой шкале. При этом смещение основных тонов в темную область шкалы вносит в изображение драматическое напряжение, а смещение в другую, наоборот, делает его более светлым, умиротворенным.

К *специфическим контрастам* фотокомпозиции относятся:

- • контраст света и тени;
- • контраст сюжетного центра и фона;
- • контраст прямых и округлых, плавных и ломаных линий (рис. IV-15);



Рис. ***IV-15. Контраст прямых и округлых линий***

- • контраст трёхмерных и двумерных элементов, объёма и плоскости;
- • контраст близкого и далёкого;
- • контраст подвижных и неподвижных деталей композиции;
- • логические, смысловые контрасты;
- • тональные контрасты;
- • функциональный контраст первостепенных и второстепенных деталей композиции;
- • контраст состояний, положений;
- • контраст характеров, эмоций, психологические контрасты;
- • сюжетные контрасты, образующие причинно-следственную связь;
- • контраст сцены и мизансцены;
- • временной контраст (совмещение на одной фотографии нескольких эпох);
- • контрасты стиля.

Цветовые контрасты были подробно рассмотрены в предыдущей части пособия.

Принцип контраста может указывать на то, что, к примеру, горы без соотнесения с окружающей их долиной выглядят на фотографии невпечатляющей грудой камней. Портрет без выразительного светотеневого рисунка мало напоминает лицо фотографируемого, а любые детали фотографии, которые не сопряжены посредством какого-либо контрастного соотношения — не работают, и, следовательно, не являются деталями композиции. Суммарное воздействие контрастов определяет общую выразительность композиции.

При этом мера контраста также должна присутствовать в фотографическом рисунке. Другое дело, что само понятие меры здесь воспринимается через личность фотографа.

Ритм

Под ритмом во всяком произведении искусства понимается последовательное чередование композиционных элементов, их повторяемость через определенные промежутки времени, порядок их сочетания. О ритме достаточно подробно было рассказано в предыдущей части учебного пособия, здесь остановимся только на его фотоспецифике.

Характер ритмических колебаний элементов в фотокомпозиции может быть совершенно разным: по форме, цвету, тону, удалённости, способам взаимодействия объектов; можно говорить о ритме внутренних циклов, ритме живых и неодушевлённых объектов, ритме между рациональным и эмоциональным.

Цель ритмических построений — выявление характерных особенностей объекта съемки, раскрытие смысла содержания фотографии. В таком понимании ритм теряет чисто формальное значение и прочно связывается с развитием сюжета, с движением, происходящим в кадре (рис. IV-16).

Наличие и характер ритма дают ключ к разгадке смысла композиции и замысла автора. Фотоизображение, не несущее в себе ритм, представляет собой чаще всего простое механическое отображение фотографируемого предмета. Для понимания подобной фотографии

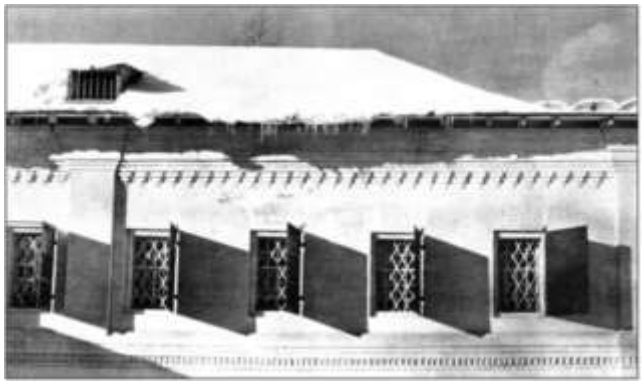


Рис. ***ГУ-16. Как бы мог восприниматься этот снимок без открытых ставень? Или же с теми же ставнями, но при другом светотеневом рисунке? Обыденно и скучно. Фотографу удалось поймать необходимое освещение и ритмизовать все пространство***

обязательно необходимо пояснение в виде текста. Но если ритм есть, то структура изображения обеспечивает мгновенное, без осмысления «впадение» души человека в эмоции автора (рис. IV-17).



Рис. ***IV-17. Использование контрастного ритма — горизонтального (чередование светотеневого рисунка труб) и вертикального (разные по толщине стволы деревьев). Плюс четкая линейная перспектива, уходящий в дымку задний план***

Баланс

Баланс — важный помощник для получения гармоничного состава изображения. *Формула идеального баланса следующая: 1/2 средне-серых тонов, 1/4 светло-серых и 1/4 черных (рис.* 1У-20).

В любых сочетаниях один тон должен преобладать. Идеальный баланс бывает востребован редко. Гораздо лучший эффект дает затемненное фотоизображение (рис. 1У-21).

Но иногда требуется достичь баланса в осветленных фотографиях — речь идет о так называемом портрете в светлых тонах. Тогда фотографу для достижения цели приходится применять специальные приемы (рис. 1У-22).



*Рис. 1****У-21. Затемненное изображение притягивает какой-то загадочностью***



Рис. ***IV-22. Использование светлых тонов в портрете подчеркивает девичью красоту и хрупкость***

Центры золотого сечения

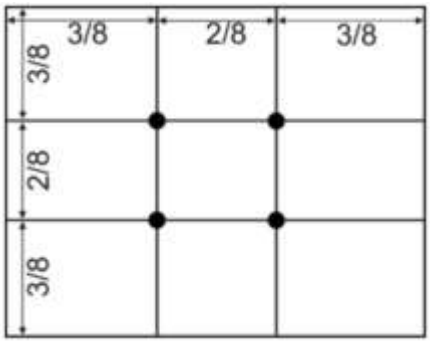


Рис. ***IV-23. Правило «трёх третей»***

В фотокомпозиции правило золотого сечения находит свое, оригинальное толкование. Здесь оно выступает как «правило трёх третей». По вертикали и горизонтали кадр условно делится на три неравные части двумя горизонтальными и двумя вертикальными линиями в соотношении 3/8:2/8:3/8 (рис. 1У-23).

При этом мы получаем четыре точки пересечения линий. Это — «силовые точки» или, по-другому, фокус. Подобная рамка существует в некоторых моделях цифровых фотоаппаратов, помогая начинающим правильно расположить объекты в кадре.



Рис. ***IV-24. Похоже, фотограф сознательно создавал конструкцию снимка по «правилу третей». Здесь не только фигура мальчика располагается вдоль вертикальной силовой линии, но и контуры решетки весьма напоминают схему на предыдущем рисунке. Живость композиции придает небольшой наклон по диагонали***

Нужно стараться компоновать кадр так, чтобы сюжетно важная часть снимка располагалась вдоль этих четырех пересекающихся линий, а наиболее важный объект находился в точке или точках фокуса — при этом взгляд зрителя точно будет прикован к снимку (рис. 1У-24).

Любые горизонтальные поверхности при этом лучше располагать в отношении 1:2. Такое расположение позволяет определить, что доминирует на снимке, на чём делается акцент (рис. 1У-25).

Следует сразу предостеречь от бездумного следования «правилу трех третей». Начнем с того, что композиция определяется наличием и положением ее смыслового центра и взаиморасположением остальных элементов. Если смысловой центр находится в центре кадра и замыкает на себе всю композицию — не стоит передвигать его при кадрировании вбок с тем, чтобы он совпал с одной из «силовых линий».



*Рис. 1**У-25. Земля и небо располагаются в отношении 1:2. Акцентировка неба очевидна***

Далее. Столь активно пропагандируемое «правило трех третей» имеет под собой довольно шаткую теоретическую базу. Его связь с истинным золотым сечением не выдерживает критики. Пропорции формата узкопленочной камеры (и, тем более, формата цифрового аппарата) не соответствуют пропорциям золотого сечения, поэтому рассуждения об абсолютизации этих постулатов представляются здесь, мягко говоря, притянутыми за уши.

Сегодня в теории и практике фотографии есть более интересные и разносторонние решения. К ним стоит отнести *«метод диагоналей» Э. Вестхоффа,* который основан на представлении кадра как двух перекрывающихся квадратов (рис. IV-26).

При этом, все точки четырех диагоналей — возможное местоположение главного объекта и деталей, которые требуют внимания.

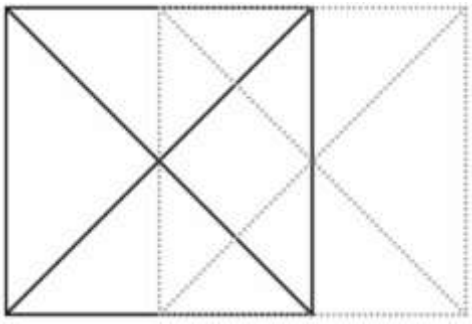


*Рис. **IV-26. Метод диагоналей Э. Вестхоффа***

Стоит вспомнить и о *динамическом ряде Хебриджа,* с помощью которого можно построить гармоничную структурную модель. Представляется полезным нарисовать некоторые полученные модели в виде сеток в программе PhotoShop.

PSБ-файлы могут быть использованы в дальнейшем для оптимизации композиционных свойств фотоснимка.

Может возникнуть вопрос о целесообразности вообще разговора о «правиле трех третей» или о местоположении линии горизонта. Ответ в следующем. Существуют снимки неграмотные и снимки неправильные. Несмотря на некоторую схожесть понятий, разница между ними — огромная. Неграмотный снимок — удел начинающих, только-только взявших в руки фотоаппарат и совершенно не знакомых с теорией фотографии людей. Большинство курортных фотосессий, которые потом взахлеб демонстрируются друзьям и знакомым — неграмотны. Кроме эгоцентричных ракурсов типа «я и пирамида Хеопса», «я и Эверест» и т.п. такие снимки не содержат даже намека на какие-либо композиционные находки. Как результат — после нескольких просмотров они остаются пылиться в пухлых фотоальбомах.

Неправильный снимок — находка опытного фотомастера. Он сознательно идет на нарушение всех законов и правил для того, чтобы лучше, яснее, контрастнее выявить сюжетно важный центр. Если цель достигнута, становится уже не так важно, вдоль каких линий располагается объект, где проходит линия горизонта и т.п.

Основы фотокомпозиции

Линейная перспектива

Мы рассмотрели приемы фотокомпозиции, достаточно однородные с приемами композиции общей. Проецируясь, они взаимно дополняли друг друга. Далее мы поговорим о специфических приемах, характерных для восприятия трехмерного пространства фотографии — *линейной* и *тональной* (воздушной) перспективах, цветовом решении снимка.

Ощущение трехмерности композиции фотоснимка создается в основном за счет линейной и тональной перспектив. Законов перспективы несколько, но есть два самых главных, знание которых очень помогает фотографам.

- (1) Чем дальше от нас предмет, тем меньше он кажется.
- (2) Параллельные линии, удаляясь от нас, постепенно сближаются и, в конце концов, сходятся в одной точке.

Линейная перспектива возникает, когда мысленно проведенные через смысловые координаты объекта линии как бы сходятся в одной или нескольких «точках пересечения». Чем резче схождение линий, тем сильнее впечатление трехмерности. Иногда точки пересечения попадают в кадр, но чаще они оказываются в воображаемом пространстве за кадром (рис. 1У-34).

В снимке бывает одна или несколько точек пересечения. Две точки и более появляются, когда линии или поверхности расположены под прямым углом друг к другу или наклонно к плоскости



Рис. ***IV-34. Удачная линейная перспектива. Точки схода располагаются фактически в кадре***

фотографии. Этот эффект хорошо прослеживается, если встать на углу длинной изгороди (рис. 1У-35).

Четкая линейная перспектива во многом зависит от точки и угла съемки и фокусного расстояния объектива. При съемке широкоугольным объективом с близкого расстояния перспектива получается сжатой. Удаляющиеся горизонтальные линии резко сходятся, образуя углы, а стены домов словно падают. При съемке с большого расстояния длиннофокусным объективом перспектива получается растянутой. И удаляющиеся горизонтальные линии кажутся едва ли не параллельными. При съемке с вертолета или самолета линейная перспектива вообще пропадает.

В зависимости от угла смещения камеры к основным линиям объекта одни плоскости выглядят наклонными и усиливают ощущение глубины, а другие — прямыми, от этого снимок теряет объем, становится плоским.

Рассмотрим наиболее характерные схемы композиций с использованием линейной перспективы.

Фронтальная композиция. При съемке объекта с центральной точки образуется так называемая фронтальная композиция. В таком кадре снимаемый объект по отношению к фотоаппарату занимает фронтальное положение, фигуры и предметы видны только одной своей стороной. Так зрителю виден фасад здания, стоящего прямо против него, фигура человека, идущего в направлении на фотоаппарат. Главная ось изображаемых предметов при этом совпадает с центральной осью кадра и с направлением оптической оси объектива (рис. 1У-36).

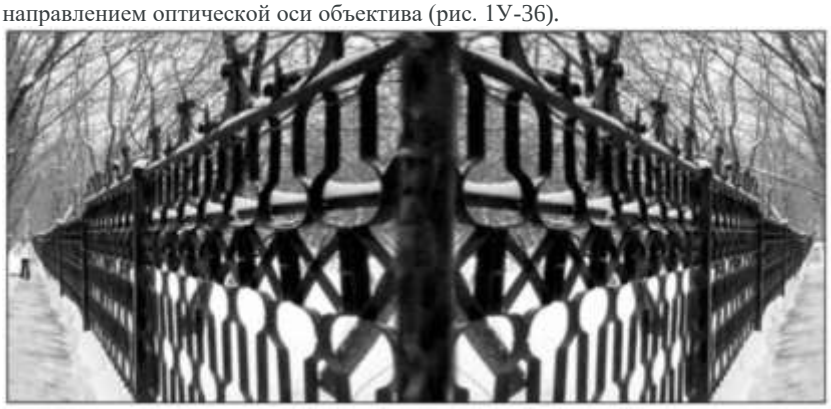


Рис. 1У-35. Угол длинного забора — вседга как минимум две точки пересечения

При фронтальной композиции отсутствуют линии, направленные к боковым точкам схода. И если центральная точка съемки к тому же нормальна по высоте, то в ряде случаев на изображении теряется глубина пространства, не выявляется в достаточной мере и объемная форма. В результате мы встречаемся с так называемой *плоскостной* композицией, с рисунком на плоскости при утрате глубинной координаты. Правда, в нашем примере пространство все же намечено в снимке, но не средствами линейной перспективы, а за счет тональных переходов.



Рис. 1У-36. Фронтальная композиция для съемки этого здания — оптимальное решение



Рис. ***IV-37. Нижняя тонка выявляет глубину пространства и объем сооружения***

Фронтальная композиция устойчива, изображение нейтрально по отношению к материалу композиции. Как правило, этот композиционный прием не выделяет на снимке какую-то одну из его частей как главную, не акцентирует внимание зрителя на одном из элементов композиции. Такой снимок чаще всего представляет собой общий вид изображаемого объекта и дает зрителю обобщенное представление о материале.

При фронтальной композиции возникает общая статичность изображения, появляются монументальность, спокойствие и строгость в трактовке темы. Поэтому такой прием редко применяется при съемке динамичных сюжетов.

Но и центральная точка может дать эффект пространственного рисунка, если она в то же время является точкой верхней или нижней (рис. 1У-37).

Фронтальная композиция часто используется при съемках городского пейзажа или отдельных архитектурных сооружений и ансамблей, рассчитанных на рассмотрение именно с центральной точки. Она органично возникает при съемке объекта с симметрично расположенными частями (рис. ГУ-38).

Фронтальная композиция может быть использована не только при съемках архитектурных сооружений, но и во многих других видах фотографии и съемки, там, где особенности этой композиции способствуют выразительному раскрытию темы, передаче характерных черт объекта, сюжета съемки и дают интересный изобразительный результат.

Боковая композиция. При постепенном смещении точки съемки вправо или влево от ее центрального положения становится видимой вторая сторона снимаемых фигур и предметов, в кадре выступают грани, линии, очерчивающие объемные формы. Это, естественно, усиливает эффект объемности изображения, и весь композиционный рисунок кадра становится глубинным, пространственным, а не плоскостным, как это получается при фронтальной композиции (рис. 1У-39).



*Рис. 1****У-38. Необычен, воздушен и объемен Париж, снятый с Эйфелевой башни. Фронтальная композиция подчеркивает строгость и изысканность планировки Марсова поля***

При таких направлениях съемки в кадре возникают линии, устремляющиеся к боковым точкам схода и как бы уходящие в глубину кадра, что и сообщает ему пространственность. Эффект становится тем большим, чем дальше отнесена точка съемки в сторону от ее центрального места.



*Рис. 1**У-39. Боковая композиция выявляет и подчеркивает пространственность снимка***

Теперь компоненты кадра иначе распределяются на картинной плоскости и по-разному воспринимаются зрителем; равнозначность частей компози ции, характерная для симметричного рисунка кадра, теряется, и это дает возможность создания акцентов на тех фигурах и предметах, которые автор считает важными, значительными, помогающими восприятию смысла происходящего.



*Рис. 1**У-40. Диагональная композиция незаменима для передачи движения***

Весь композиционный рисунок снимка приобретает направленность, так как активная линейная структура кадра и четкие линии, уходящие от переднего плана в глубину, ведут за собой взгляд зрителя. В ряде случаев главный объект изображения размещается именно на сходе линий, и это также — один из приемов создания изобразительного акцента на сюжетном центре композиции.

Изображение с точки зрения передачи пространства более энергично, а общая композиционная структура кадра активнее. Эти свойства боковых точек следует учитывать и использовать при съемке более сложных сюжетов — в фоторепортажах, жанровой фотографии и пр. Их нередко используют при съемке городского пейзажа.

Диагональная композиция. Дальнейшее смещение точки съемки в сторону от ее центрального положения приводит к образованию так называемой диагональной композиции кадра. Как правило, диагональная композиция приобретает сугубо подчеркнутую направленность; главные линии, образующие композиционный рисунок кадра, наклонны, неустойчивы и динамичны. Подобные композиции применяются при съемке сюжетов, наполненных движением, где особенно важен эффект динамичности. Такие композиции нередко лежат в основе изобразительного решения спортивных снимков (рис. 1У-40).



*Рис. 1**У-44а,б. Правило левой руки***

Если в кадре есть движущийся объект, то направление его движения обычно согласуется с направлением диагонали: объект, как правило, движется вдоль четкой наклонной линии, что усиливает эффект динамичности. Здесь, как нельзя более, полезно использовать «правило левой руки». Оно заключается в том, что восприятие начинается с левого верхнего угла изображения, а затем взгляд постепенно соскальзывает в правый нижний. Если, к примеру, нужно выделить на фотографии дорогу, то ее лучше пустить из левого нижнего угла в правый верхний. Тогда на пути естественного движения по нисходящей диагонали взгляд будет «спотыкаться» о границы дороги, движущейся, наоборот, по восходящей диагонали и выделять ее (рис. IV- 41а). В противном случае — дорога (в нашем примере — лестница) может потеряться на снимке (рис. 1У-41 б).

Передача линейной перспективы важна в том случае, когда нужно сохранить правильность форм с точки зрения человеческого восприятия, например, при архитектурной съемке. Но если фотограф хочет передать свое восприятие архитектурного ансамбля, создать образ своего города, он более свободно использует художественные средства выражения. Искажение линейной перспективы за счет применения широкоугольной оптики, ракурсных съемок позволяет создавать неповторимое пространство с особой перспективой.

И тогда мы видим «заваленные» дома с нарушенными пропорциями, искривленные участки пространства. Но все это оправдано только в случае художественной обоснованности, простое трюкачество не сделает снимок шедевром.

1. Учебная дисциплина. ФОТОЖУРНАЛИСТИКА
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 3. Обработка фотоматериала и подготовка его к публикации
Тема 3.1. ***Сервисы и программы для обработки фотографий***

3. Цели занятия

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, а также в понимании структуры работы рынка рекламы.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Сервисы и программы для обработки фотографий. Разновидности Сервисы и программы для обработки фотографий. PHOTOSCAPE X, ADOBE PHOTOSHOP, FOTOR, GIMP, Векторные графические редакторы	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

РАЗДЕЛ 3. Обработка фотоматериала и подготовка его к публикации
Тема 3.1. ***Сервисы и программы для обработки фотографий***

Текст лекции.

Сервисы и программы для обработки фотографий

Далеко не всегда полученные фотографии нам нравятся. Причины могут быть разные: из-за излишней зашумленности, недостаточной резкости, вследствие неудачно подобранных параметров съемки (например, неверно выставленного баланса белого или экспозиции), недостаточного либо избыточного освещения при съемке и т.д. К сожалению, провести съемку повторно и сделать более качественные снимки не всегда возможно, поэтому часть некачественных фотографий приходится корректировать. В частности, подавлять шум, повышать контраст, исправлять искажения цветопередачи, повышать детализацию в темных либо светлых областях, увеличивать резкость и др. Для получения профессионально оформленных снимков подобные операции выполняют средствами солидных графических продуктов, причем, как правило, предполагается индивидуальный подход к каждому изображению.

Специалист, подготавливая фотографии к публикации, действует творчески, как художник, или использует стандартные методы, приводит изображение к виду, соответствующему техническим возможностям репродуцирующего процесса, при максимальном сохранении идеи изображения.

Основные инструменты обработки цифровых изображений

Изменение размера изображения, кадрирование.

Размер изображения может быть изменен до необходимого с помощью математических алгоритмов, которые высчитывают цвет пикселей, исходя из цвета пикселей оригинала. Следует учитывать, что при увеличении изображений теряется резкость, при уменьшении - детализация.

Часто композицию изображения можно также улучшить, удалив лишние области по краям. Это называется кадрированием.

Подавление шума.

В программах редактирования изображения присутствуют различные алгоритмы для удаления или уменьшения шума. Это, в первую очередь, цифровой шум матрицы цифровой фотокамеры. В подобной коррекции также могут нуждаться зерно пленки, артефакты сжатия, пыль и царапины на оригинале.

Ретушь.

В узком смысле ретушь - устранение ненужных деталей изображения, шумов, изменение композиции. Часто к ретуши приходится прибегать для того, чтобы убрать дефекты кожи, пыль на одежде.

Коллажирование (фотомонтаж).

Создание из частей нескольких изображений нового изображения. Имеет почти такую же историю развития, как и фотография. В настоящее время часто применяется не только профессионалами, но и любителями.

Обтравка.

Обтравка - это отделение предмета от фона, при необходимости с последующей заменой фона на прозрачный, однородный белый либо цветной. При этом в некоторых случаях оставляют или дорисовывают падающую тень, отражение или блик от объекта.

Такие изображения дают возможность максимально сконцентрировать внимание клиента на представляемом объекте, не отвлекая на детали фона.

Ориентация изображения.

Программы редактирования могут поворачивать изображения под любым углом или отражать зеркально.

Фильтры и спецэффекты.

Фильтры и спецэффекты используются для придания изображению необычного вида. С помощью фильтров картинка может быть искажена необычным образом, стилизована, может быть добавлена видимость объемного рельефа, изменены цвета.

Цветокоррекция - внесение изменений в цвет оригинала. Многие относят к цветокоррекции те процедуры, которые не связаны с изменением сюжета изображения. В более узком смысле цветокоррекция - это такое преобразование изображения, объекта или фрагмента, когда новый цвет обрабатываемого пикселя зависит от старого значения этого пикселя и не зависит от соседних пикселей.

Основная причина, по которой приходится выполнять коррекцию цвета, следующая: человеческий глаз имеет способность адаптироваться к силе и спектральным характеристикам освещения таким образом, что сохраняется восприятие цвета предметов в большинстве случаев независимо от спектрального состава освещения, камера же фиксирует световое излучение без адаптации и, при просмотре в других условиях, фотографии иногда сильно отличаются от того, что мы видели, когда фотографировали. Для устранения этой проблемы в фотографии используются алгоритмы выбора и настройки белого цвета. Эти алгоритмы уже можно назвать цветокоррекцией.

Другие причины применения цветокоррекции: недостаточный или избыточный контраст изображения, вуаль, выцветание изображения. Также необходимо отметить цветокоррекцию с целью внесения гармонии между фотоизображениями и дизайном публикации либо содержанием материалов, подобную процессу фотопечати в фотографическом искусстве.

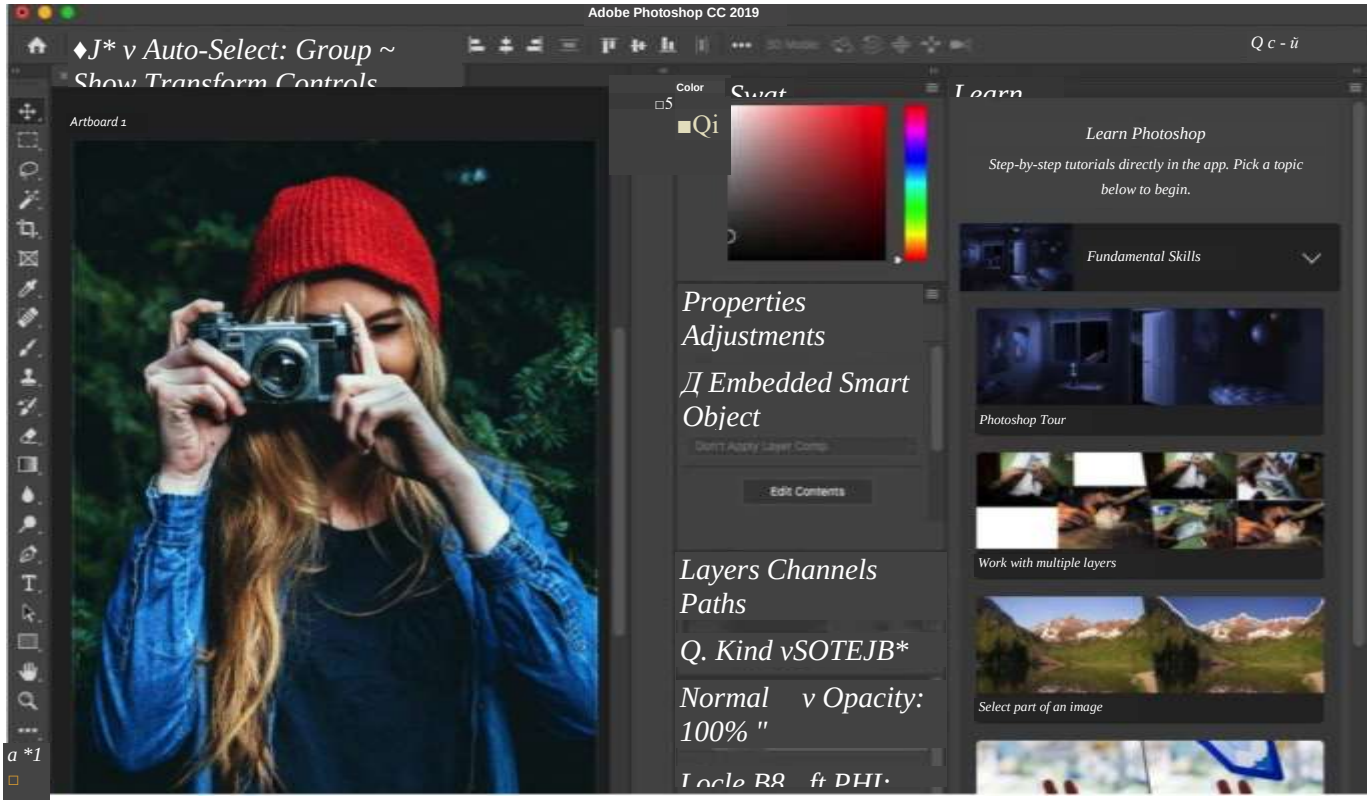


Растровые графические редакторы

ADOBE PHOTOSHOP

Adobe Photoshop - многофункциональный графический редактор, разрабатываемый и распространяемый компанией Adobe Systems. В основном работает с растровыми изображениями, однако имеет некоторые векторные инструменты. Продукт является лидером рынка в области коммерческих средств редактирования растровых изображений и наиболее известной программой разработчика.

Adobe Photoshop по праву считается одним из лучших фоторедакторов. Компания Adobe потратила годы на совершенствование этой программы, и это не прошло зря, ведь «Фотошоп» - действительно мощный и функциональный редактор, обладающий широчайшими возможностями.



Adobe Photoshop подходит не для всех и каждого. Ведь многие процессы в процессе их реализации могут отнять значительное количество времени и сил. Эта программа больше подходит для профессиональных фотографов, иллюстраторов, аниматоров и прочих аналогичных специалистов. А вот при необходимости внесения каких-либо мелких изменений лучше выбрать более простую альтернативу «Фотошопа» (о таких мы еще расскажем ниже).

Adobe Photoshop невероятно точен и функционален, но работа с ним требует обучения. Поэтому, если вы хотите редактировать снимки именно с его помощью, вам придется потратить время на изучение различных функций и возможностей (и за день у вас сделать это не получится). То есть, в случае, если вы нуждаетесь в автоматической коррекции изображений, то Adobe Photoshop вам однозначно не подходит. Практически каждое действие в этой программе предполагает создание отдельного слоя и последующее наложение.

Важно! Adobe Photoshop требователен к ПК. При выполнении сложной работы в последней версии программы «слабенький» компьютер попросту будет виснуть.

Ключевые плюсы программы:

- поддержка индустриальных стандартов и форматов файлов, в том числе PSD, JPEG, PNG, TIFF, SVG, PDF, DNG, Al, EPS, DIC0M и другие;
- средства обратимой коррекции цифровых негативов RAW;
- возможность изменения пиксельных размеров и разрешения, кадрирования;
- поддержка цветовых моделей RGB, CMYK, Lab;
- коррекция яркости, контраста, насыщенности, цветового баланса, вибрации и прочих хроматических и ахроматических характеристик изображения;
- инструменты свободного выделения участков изображения;
- инструменты трансформации, деформации и искажения изображений;
- инструменты ретуши для решения широкого диапазона задач;
- система слоев, слоевые маски и группировка слоев;
- корректирующие слои для недеструктивной цветокоррекции;
- смарт-фильтры для не деструктивного применения фильтров;
- библиотека фильтров для коррекции изображений;
- имитация акварельных кистей, масляных кистей, фактуры холста, дерева, камня и других эффектов;

- инструменты рисования, имитирующие сотни типов реалистичных кистей, от простого карандаша до щетины;
- поддержка графических планшетов и стилусов;
- редактирование альфа-каналов, комбинирование альфа-каналов в различных режимах;
- инструменты создания и редактирования векторных контуров и форм;
- режим трехмерной визуализации, инструменты управления сценой, камерой, создания и трансформации простых трехмерных объектов;
- режим таймлайн для создания и редактирования анимации или видеоролика;
- возможность назначения собственной комбинации клавиш для любой команды или инструмента;

Минусы:

- сложность обучения для новичков;
- немалая стоимость подписки;
- радикальность обновлений (как правило, разработчики вносят серьезные изменения, требующие изучения).

Программа платная. Разработчик разрешает легальное ее использование только по подписке. Нельзя купить ее в постоянное пользование. Для профессиональной деятельности лучше купить лицензию.

PHOTOSCAPE X

Photo Scape X - это универсальное программное обеспечение для редактирования фотографий, которое предоставляет функции, связанные с фотографиями, такие как просмотрщик фотографий, редактор, вырезание, пакетная обработка, коллаж, объединение, создание GIF, палитра цветов, захват экрана, изображения RAW и многое другое.



В части функционала программа предлагает многое. Обладая множеством опций и приятным интерфейсом, PhotoScape X прекрасно подходит практически для всех пользователей, желающих заниматься редактированием изображений.

К наиболее востребованным и полезным функциям относятся: Photo Viewer, Editor, Cut Out, Batch, Collage, Combine, Create Animated GIFs, Color Picker, Screen Capture и возможность обработки RAW-изображений. Также в программе полно различных эффектов, помогающих кардинально изменить снимок.

Это программное обеспечение создано корейской компанией под названием МООП Tech. Photoscape и Photoscape X полностью бесплатны, но последняя отдельно предлагает план Pro, который снимает абсолютно все ограничения, предлагая исчерпывающий набор функций.

Это креативный и функциональный фоторедактор, который не требует наличия высокотехнологичного оборудования и навыков редактирования, Photoscape X станет хорошим выбором. Это одна из лучших программ, подходящих для фотографов-любителей и новичков.

Функции

> Просмотр: фото | видео | Браузер аудио, просмотр через лупу, полноэкранный режим, флаг, звездный рейтинг, поворот без потерь, обмен (электронная почта), просмотр метаданных (Exif, IPTC, GPS).

> Редактор: более 1000 фильтров и эффектов, рамки, объекты, кисти и инструменты, поворот, выпрямление , отражение, изменение размера, обрезка , круговая обрезка, перспективная обрезка, маска (локальные настройки), повтор+ , проект.

> Вырезать: удалить фон с изображения. (Волшебный ластик, инструмент «Лассо», инструмент «Кисть»),

> Пакетное: пакетное редактирование нескольких фотографий.

> Коллаж: объедините несколько фотографий в рамку коллажа, чтобы создать одну финальную фотографию.

> Объединить: прикрепите несколько фотографий по вертикали или горизонтали, чтобы создать одну итоговую фотографию.

> Создатель GIF: создание анимированного GIF.

> Печать: печать фотографий.

> Захват экрана: сделайте снимок экрана и сохраните его.

> Палитра цветов: увеличение изображений, поиск и выбор цвета.

> Разделить: разделить фотографию на несколько частей.

> Пакетное изменение формата: одновременное преобразование нескольких изображений в другой формат.

> Пакетное изменение размера: одновременное изменение размера нескольких изображений.

> Пакетное переименование: изменение имен файлов фотографий в пакетном режиме.

> Фильтры и эффекты: Magic Color, Miniature , Bloom, HDR , Surrealistic , Grayscale, Sepia, Badicoot, Black & White, Negative, Auto Levels, Auto Contrast, Sharpen, Blur, 80+ Films, 80+ Duotones, 100+ Light Leaks, Более 120 наложений, более 40 старых фотографий, более 40 загрязнений и царапин, более 40 текстур, более 20 бликов и многое другое

Ключевые плюсы:

- наличие широкого спектра инструментов для редактирования;
- простота использования и понятность интерфейса;
- присутствие полезной функции пакетного редактирования;
- низкая стоимость плана Про;
- расширенный набор шаблонов;
- наличие массы опций.

Минусы:

- отсутствие узкоспециализированных функций;
- присутствие тенденции к сбоям, зависаниям;
- необходимость хоть и минимального, но изучения.

FOTOR

Fotor - программное обеспечение для графического дизайна и редактирования фотографий, основанное на технологии HTML5. Система работает в вебе, поэтому сохранить проект и продолжить работу над ним можно в любое время и с любого устройства, подключенного к сети. Также предусмотрены установочные версии для Windows, MacOS и приложения для смартфонов.

Платформа может заинтересовать пользователей социальных сетей, в которых необходимо подгонять визуальный контент под определенные параметры. Fotor пригодится в работе начинающим дизайнерам, фотографам, сотрудникам рекламной сферы и области организации мероприятий. Бесплатный тариф делает программу доступной широкому кругу лиц.

Данный фоторедактор имеет расширенный набор функций, предназначенных для устранения наиболее распространенных недостатков изображений одним щелчком мыши.

В приложении также есть масса опций, позволяющих корректировать портретные кадры. Особого внимания заслуживают функции: удаления морщин и пятен, изменения формы фотографий, отбеливания зубов, удаления эффекта

красных глаз, изменения их оттенка и прочие.



Основные плюсы приложения:

- наличие специализированных инструментов;
- кросс-совместимость с несколькими платформами;
- присутствие функции конвертера файлов RAW;
- большое количество шаблонов;
- невысокая цена платной подписки по сравнению с другими фоторедакторами;
- простота использования;
- наличие возможности максимально быстро создавать фотоколлажи.

Минусы

- при онлайн-редактировании иногда возникают проблемы;
- некоторые эффекты и фильтры весьма сомнительны;
- бесплатная версия имеет ограниченный функционал.

GIMP

GNU Image Manipulation Program или GIMP («Гимп») - свободно распространяемый растровый графический редактор, программа для создания и обработки растровой графики и частичной поддержкой работы с векторной графикой.



Проект основан в 1995 году как дипломный, в настоящий момент поддерживается группой добровольцев. Примечательно, что в ее разработке участвовали разные люди со всего мира, и сейчас программное обеспечение не принадлежит ни одной компании. При этом оно имеет одну из самых больших палитр инструментов и эффектов, поэтому его нередко сравнивают с Adobe Photoshop в части функциональности.

Данное приложение ориентировано, в первую очередь, на обработку фотографий, а также создание и редактирование графики. Но за счет функциидобавления расширений инструменты, которые допустимо интегрировать с GIMP, становятся практически безграничными.

Основные плюсы:

- наличие многочисленных инструментов ретуширования и улучшения изображений;
- присутствие возможности автоматизации функции с помощью плагинов и программных скриптов, а также создания графики, обработки изображений, редактирования и перекодирования;
- возможность работы практически с любым визуальным форматом файлов;
- наличие учебных пособий;
- отсутствие необходимости оплаты подписки.

Минусы:

- интерфейс программы довольно загромождён;
- шаблоны отсутствуют;
- приложение требует предварительного изучения.

Рассматриваемое программное обеспечение совершенно бесплатное.

ADOBE LIGHTROOM

Lightroom - это еще один гигант от компании Adobe Systems, заслуживающий особого внимания. Фотографы по всему миру высоко оценивают это приложение, активно используя его в своей работе.



Lightroom больше ориентирован на редактирование, чем на создание. В то же время, он предлагает огромное количество параметров, которые каждый может настроить под себя. А еще в программе предусмотрена возможность внесения локальных корректировок, то есть, вы можете редактировать только определенные места на фотографии.

Также Lightroom позволяет корректировать снимки, отснятые в формате RAW, что всегда полезно для фотографов. Данное программное обеспечение предназначено больше для профессионалов, нежели любителей, и в этом отмечается сходство с Photoshop. Однако у этих программ несколько разные задачи: Lightroom больше подходит для сравнительно быстрого редактирования и цветокоррекции, а Photoshop - для детальной обработки.

Ключевые плюсы:

- наличие инструментов как для автоматической, так и ручной коррекции;
- присутствие возможности редактирования в формате RAW;
- легкость управления и поиска снимков;
- присутствие возможности создания панорам и изображений HDR, наложения эффектов и создания собственных пресетов;
- расширяемость с помощью плагинов;
- широчайший функционал для редактирования;
- наличие интеграции с WordPress и опций для отложенной публикации.

Минусы:

- отсутствие возможности печатать локально напрямую с программы;
- необходимость входа в систему (приложение нельзя использовать офлайн);
- сложность в изучении.

Что касается стоимости, то Adobe Lightroom предлагает платный тарифный план на основе подписки. Перед покупкой вы можете использовать пробную версию в течение ограниченного периода времени.

PICASA

Picasa - бесплатная программа для работы с цифровыми фотографиями, созданная компанией Lifescape в 2002. Название «Picasa» является игрой слов: соединением имени испанского художника Пабло Пикассо, фразы «мой дом» (иен. mi casa) и «фотка», «картинка» (англ. pic).

Picasa - это программа, существенно отличающаяся от прочих редакторов и просмотрщиков изображений. В этом программном обеспечении, которое можно скачать бесплатно, имеется еще и ряд существенных отличий. Во-первых, это редактирование. Редактирование фото в Picasa - это не просто дополнительная *«плюшка»* для просмотра, а основное предназначение программы. Именно поэтомув ней такое количество дополнительных возможностей, например, создание коллажей.

Также можно создать альбомы, которые не зависят от папок, и отправлять фотографии туда. С их помощью можно найти фотографии с определенным человеком благодаря встроенной функции распознавания лица.

На главной панели Picasa доступны такие функции, как: «обрезка», «выпрямление», «красные глаза», «мне повезет», «автоматический контраст», «автоматический цвет», «ретушь», «текст», «заливка светом». Эти функции доступны в панели коррекции основных параметров. Они служат для быстрого улучшения качества фотографий.

В дополнение к основной панели программа Picasa имеет еще две панели. Одной из них является панель «настройки». Благодаря ей мы можем точно установить пропорции света и тени на изображении, а также температуру цветов и наполнение светом. Эти функции полезны, когда наши новые фотографии недоэкспонированы или слишком засвечены. Опция «температура цвета» сглаживает недостатки при установке баланса белого перед съемкой.

Как программа для начинающих дизайнеров Picasa имеет множество полезных функций.

Последней закладкой этой программы являются эффекты. Благодаря ей можем добавлять различные интересные эффекты для наших фотографий, например, фотография может иметь любой оттенок выбранного цвета, различную степень насыщенности цвета и т.д.

Эффект ы Picasa - коллаж из фотографий

Picasa также имеет интересную возможность создания коллажей - то есть фотомонтажей, состоящих из нескольких фотографий. Эти изображения могут быть соединены через эффект рассыпанных фотографий на столе или мозаики. Все зависит от того, какую опцию вы выбрали. Такой коллаж отлично подходит для обоев.

С помощью этой программы мы также можем создавать свои собственные фотогалереи в сети. Мы можем добавлять геотеги.

Возможности

- загрузка фотографий в компьютер со сканера и камеры;
- автоматическая индексация фотографий на жестком диске компьютера;
- просмотр фотографий в обычном и полноэкранном режимах, в том числе в виде слайд-шоу;
- геотегинг: Picasa может записывать координаты в метаданные EXIF;
- редактирование фотографий, включая ретуширование, кадрирование и выравнивание;
- применение к фотографиям различных эффектов, в том числе коррекция эффекта красных глаз;
- присвоение фотографиям ярлыков и ключевых слов (в том числе на основе технологи распознавания лиц);
- наложение текста, поддержка шрифтов;
- распечатка фотографий;
- создание коллажей фотографий;
- отправка фотографий по электронной почте и публикация их в блогах;
- создание на основе фотографий экранных заставок и компакт-дисков со слайд-шоу из фотографий;
- при редактировании изображения сохраняет его оригинал в скрытой папке, папки нахождения редактируемого файла;
- распознавание и группировка лиц.

Недостатки

- GIF-файлы отображаются не анимированными;
- иногда проблемы с отображением альфа-канала в PNG;
- нельзя создавать внутри альбомов другие альбомы (так называемые «вложенные»);
- по умолчанию сортирует картинки не по имени файла, как это делают файловые менеджеры;
- не отображает многостраничные TIFF-файлы;
- неудобно менять размеры изображений (только через экспорт в другую папку).

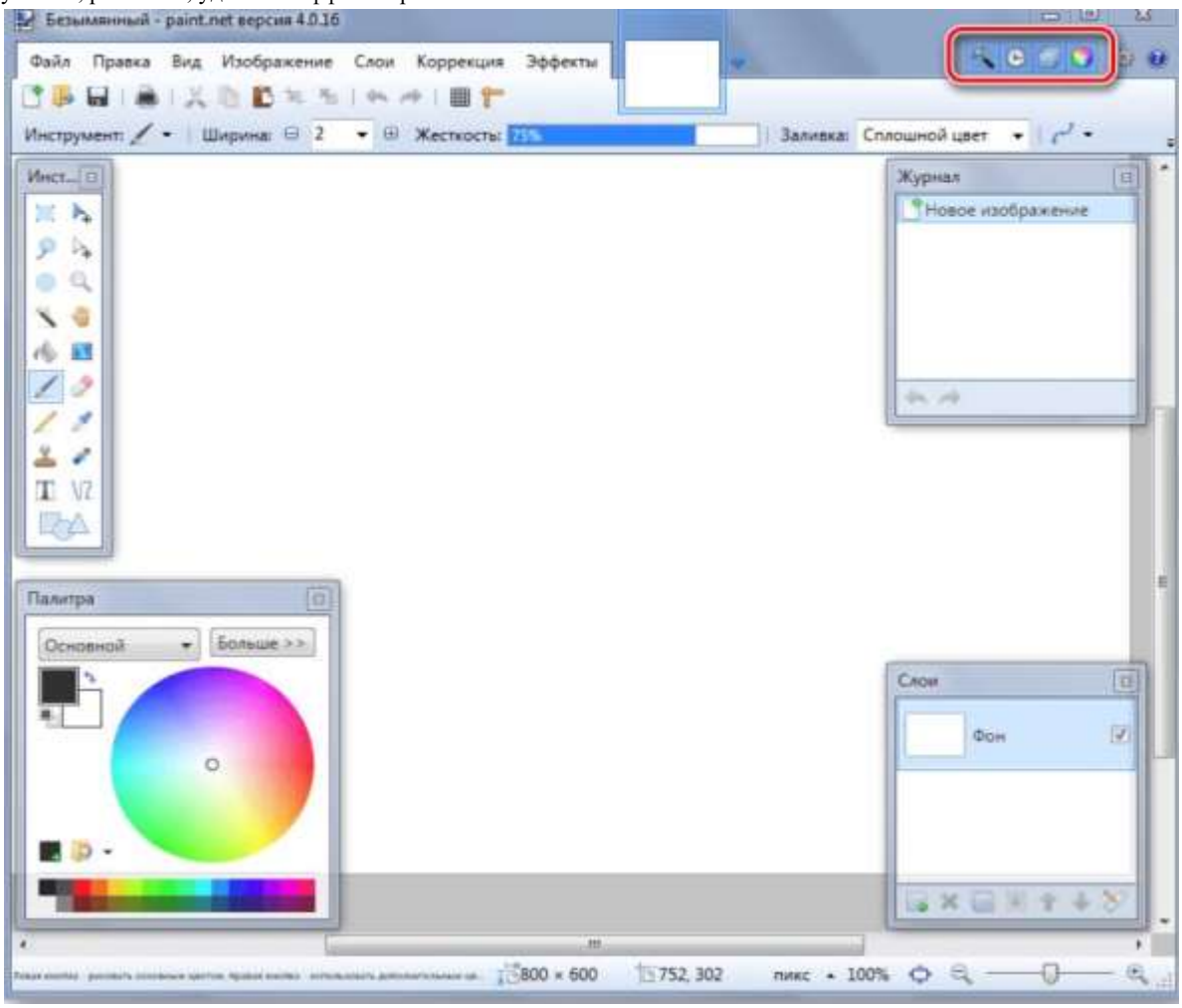
Paint.NET

Paint.NET - графический редактор фирмы Microsoft, часто позиционируется как замена MS Paint, приложению,

входящему в состав операционных системWindows. В результате может сложиться впечатление, что их отличия минимальны, что целевая аудитория обоих продуктов во многом совпадает.

MS Paint - примитивный инструмент, предназначенный, скорее, для развлечений, чем для серьезной работы. Paint.NET является полноценным графическим редактором, без каких-либо оговорок. Он обладает широкими возможностями обработки фотографий. Большинство аналогичных программ имеют довольно высокую цену, что ограничивает их доступность. Paint.NET, напротив, бесплатен. Вы можете свободно установить программу и использовать ее неограниченное количество времени.

В числе наиболее примечательных возможностей программы - внушительная библиотека спецэффектов и фильтров, легкая расширяемость при помощи написанных третьими лицами модулей, возможность манипулировать слоями изображения, масштабирование от 1% до 3200%, работа со сканером и камерой и множество других функций - включая «anti-aliased» инструменты, размытие, удаление эффекта красных глаз и т.п.



Paint.NET является бесплатной альтернативой дорогостоящим софтверным средствам, оснащен обширным набором возможностей и обладает поддержкой

планшетных компьютеров.

Интерфейс графического редактора представляет собой сочетание классической панели инструментов и серии плавающих окон, также являющихся носителями определенных функций продукта или отображающие какую-либослужебную информацию. Активная панель не прозрачна. Все остальные независимые окна имеют среднюю прозрачность, позволяющую видеть весь документ, несмотря на вынужденное перекрытие.

Любая операция над документом отображается в окне History. Вы можете свободно перемещаться по списку истории, тем самым, откатываясь на произвольное количество шагов назад. Кроме того, на панели присутствуют кнопки быстрой перемотки, позволяющие одной командой переходить на первый и последний элементы списка.

Paint.NET поддерживает работу со слоями. Можно создавать пустой слой, а также копию текущего документа. Допускается также импорт внешнего файла в качестве отдельного слоя. Его свойства довольно просты. Вы можете менять прозрачность слоя, метод смешивания данных, а также задавать ему произвольное имя. Во время работы над документом допускается временное включение и отключение отдельных слоев.

Отображение и скрытие отдельных окон с инструментами может быстро осуществляться с помощью горячих клавиш. Их полный список можно посмотреть в меню Window. Вы можете включить отображение направляющей сетки, а также боковых линеек, как в текстовых процессорах. Во время масштабирования рабочего окна приложения меняется масштаб открытого документа. Помимо его плавного изменения можно приводить размер изображения к границам текущего окна, а

также включать реальный масштаб документа.

Редактор позволяет работать с несколькими изображениями одновременно. Вы не можете как-либо минимизировать или изменить размер рабочего окна текущего документа. Все они отображаются в виде миниатюр у правого края панели инструментов. Если размеры рабочего окна приложения не позволяют разместить все элементы, то появляется новая кнопка, вызывающая список открытых изображений. Все документы показаны вместе с миниатюрами. Аналогичное меню вызывается при попытке вызова последних открытых изображений. Список Open Recent также содержит миниатюры.

Paint.NET имеет ряд преимуществ перед остальными графическими редакторами:

Простота интерфейса. Программа разработана таким образом, чтобы быть максимально понятной даже самому неопытному пользователю. Все функции удобно расположены в тематических вкладках. При работе с несколькими файлами в одном окне программы они представляются не в текстовом, а в графическом виде (миниатюры располагаются в верхней части экрана). Также здесь можно включить различные всплывающие окна с сообщениями и подсказками (делается это в настройках).

Множество инструментов, которые обычно встречаются только в платных версиях или в крайне сложных для освоения графических редакторах. В первую очередь, к таким инструментам относится возможность создания и работы с несколькими слоями.

Возможность полного отката совершенных действий. При каких-либо ошибках есть возможность пошаговой отмены редактирования. Делается это в окнеистории, куда сохраняется каждый шаг с момента открытия программы. История безлимитна и огранивается только количеством свободного места в хранилищах.

Поддержка множества языков. В самом интерфейсе можно переключаться между несколькими наиболее распространенными языками (китайский, английский, немецкий, французский, корейский, японский, итальянский и португальский).

Важно! *Русский язык также поддерживается программой, однако для включения русскоязычного интерфейса стоит позаботиться об установке специального русификатора.*

Программа полностью безопасна: она не содержит никаких модулей, представляющих угрозу для системы и компьютера. Однако скачивать файл- установщик нужно только с официального сайта. Также в программе отсутствует реклама.

Paint.NET полностью бесплатна: она предоставляется на неограниченный период в распоряжение пользователя с полным набором функций и возможностей.

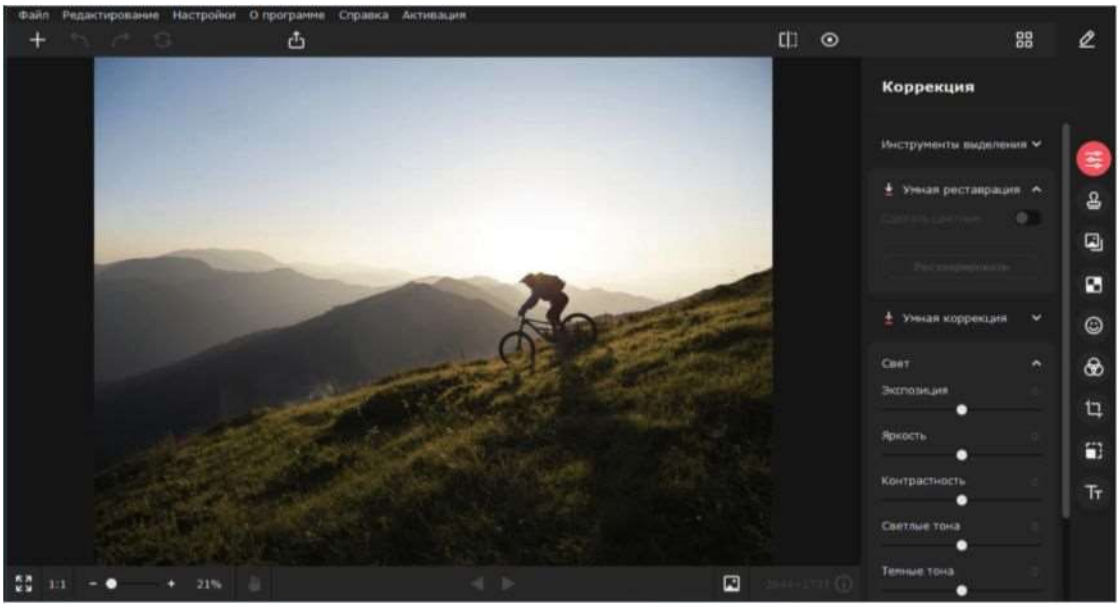
Программа активно поддерживается разработчиками. Обновление на нее выходит практически каждый месяц. В нем разработчики не только устраняют обнаруженные ошибки, но и добавляют новые функции и возможности.

К недостаткам Paint.NET относят:

- в функционал программы невозможно самостоятельно добавить свои кисти, а набор встроенных довольно скуден. Например, отсутствует кисть с размытыми краями, которую используют для создания ретуши на фото;
- невозможно произвести выборочное размытие только определенных пользователем областей;
- некоторые функции не являются инструментами, расположенными на панели. Их приходится вызывать посредством меню с текстовым представлением. К этой группе относится функция «Вращение».

MOVAVI PICVERSE

В отличие от своего предшественника Movavi Photo Editor, эта программа намного больше опирается на возможности искусственного интеллекта. Среди инструментов, использующих ИИ - реставрация старых фото, автоулучшение и увеличение размера фото с сохранением качества. В программе вы можете работать как с изображением целиком, так и с его частью, используя любые инструменты улучшения: HDR-освещение, устранение шумов, цветокоррекция и другие. В фоторедакторе вы также найдете фильтры, инструменты замены фона, удаления объектов и ретуши. О ретуши стоит сказать отдельно. Условно эти инструменты можно разделить на две группы: исправление недостатков и добавление макияжа. Так вы сможете убрать эффект красных глаз, отбелить зубы, убрать морщины, выровнять тон кожи, скорректировать фигуру и многое другое.



Movavi Pic verse работает со многими популярными форматами: BMP, JPEG, PNG, PIX, PBM, PIC, не анимированный GIF, форматами RAW и другими.

Программа хороша тем, что с ней справится начинающий пользователь, а более опытный найдет полезные для себя инструменты. К тому же ее можно использовать и как просмотрщика фото, листая все файлы в папке с помощью стрелок в нижней части окна.

Плюсы:

- интерфейс полностью на русском;
- инструменты обработки, обученные нейросетями: HDR-освещение, реставрация фото, устранение шумов;
- работа с частью изображения;
- увеличение размера фото с сохранением оригинального качества;
- простые инструменты для сложной ретуши;
- совместимость: Windows 7, 8, 10; Mac OS X 10.10 и выше.

Минусы:

- не гарантирует корректную обработку фотографий размером более 6000x8000 пикселей;
- ограничения пробной версии: можно сохранить 10 фото с водяным знаком; нельзя снимать скриншоты.

«ФотоМАСТЕР»

«ФотоМАСТЕР» - это простой, но мощный редактор изображений для начинающих фотографов и тех, кто любит делиться своими фото в социальных сетях. С помощью этой программы можно менять фон в кадре, настраивать уровни, удалять недостатки и добавлять стильные эффекты всего за пару кликов. Редактор поддерживает форматы RAW, умеет распознавать лица на фотографиях и позволяет практически мгновенно улучшать портреты.



Благодаря инновационной архитектуре, приложение дает возможность изменять любые параметры фотоснимков и отменять эти изменения в любом порядке без потери качества.

Основные возможности редактора:

«Улучшение» - коррекция цвета, настройка теней/бликов, управление резкостью.

«Инструмент ы» - кадрирование, исправление перспективы, вставка картинок, добавление виньетки, замена фона в полуавтоматическом режиме, работа с 3D Lut, LAB каналами и кривыми.

«Ретушь» - восстанавливающая и корректирующая кисти, штамп, пресеты для ретуши портретов, пластика лица и фигуры, градиентный и радиальный фильтры.

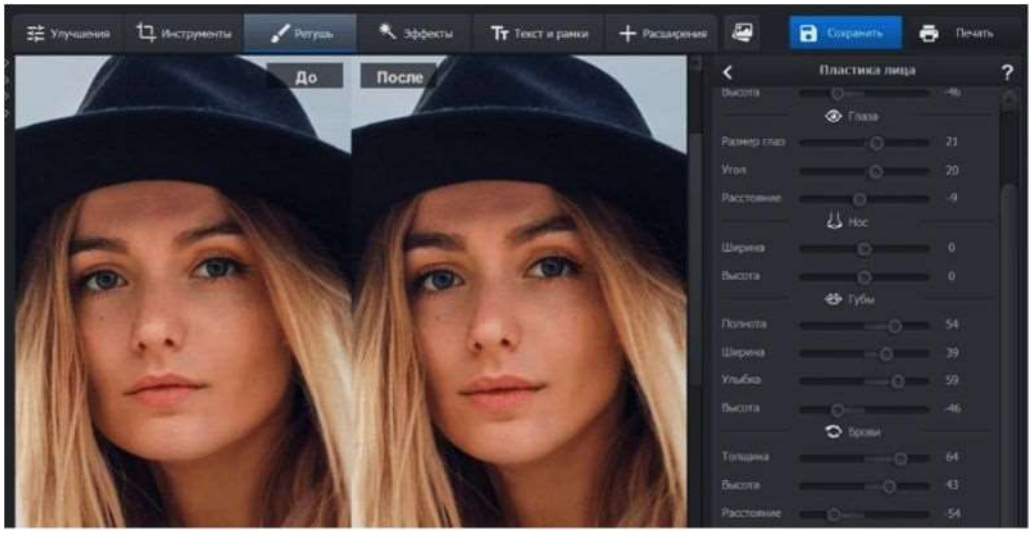
«Эффекты» - свечения, блики, солнечные лучи, «киношные» фильтры, пленочное зерно, стилизация под фотопленки и прочее.

*«Текст и рамки» - д*обавление надписей, стикеров и рамок поверх фото.

Программа обладает удобным и понятным интерфейсом на русском языке и поддерживает работу со всеми популярными графическими форматами: PNG, JPG, GIF, TIFF и т.д. На официальном сайте продукта представлен подробный онлайн- учебник.

Один из главных плюсов программы - умение распознавать лица на фотографиях. Искусственный интеллект автоматически определяет положение глаз, губ, бровей, носа и позволяет проводить их обработку за пару кликов.

При работе с функцией «Идеальный портрет» пользователь может выбрать готовые пресеты или выставить параметры самостоятельно. Благодаря этому можно быстро избавиться от бликов на лице, выровнять тон кожи, добавить загар, отбелить зубы, убрать мелкие морщинки и даже наложить легкий макияж.



Редактор позволяет добавлять поверх фотографии водяные знаки, чтобы вы могли защитить свои работы от недобросовестного использования. Еще в программу встроена богатая библиотека стикеров, которые можно применять при оформлении снимков для публикации в соцсетях. В разделе «Текст и рамки» вы можете накладывать красивые надписи на свои фотографии.

Преимущества

- автоматическое улучшение качества;
- быстрая замена фона;
- интуитивный интерфейс;
- пресеты для ретуши лиц на фото;
- продвинутая цветокоррекция.

Недостатки

• нет слоев и групп;

Векторные графические редакторы

Любому дизайнеру жизненно важно определиться с векторным редактором, который он будет использовать в работе. При том, что Photoshop и прочие фоторедакторы, как правило, привлекают большее внимание пользователей, если вы создаете логотипы или любую другую работу, которая должна хорошо выглядеть во всех размерах, вы не сможете работать с растровыми изображениями. Вместо этого вам нужно создавать изображения с помощью масштабируемых векторов, которые будут также хорошо смотреться на рекламном щите, как и на печатной странице.

Работа с векторами не так интуитивна, как с растровыми изображениями. Вам нужно разбираться во всех терминах контуров, кривых Безье, заливках и градиентах, а ваши первые попытки использовать векторные редакторы, вероятно, будут намного более разочаровывающими, чем освоение любого другого программного обеспечения для цифрового искусства. Однако некоторые векторные редакторы более удобны в освоении для пользователя и могут помочь вам приступить к работе с помощью руководств пользователя.

CORELDRAW GRAPHICS SUITE

CorelDRAW Graphics Suite - это пакетный набор графических редакторов «на все случаи жизни» от одного и того же разработчика Corel Corporation. В принципе, этот пакет можно считать одной программой CorelDRAW. Разделение происходит по работе с растровой, векторной, анимированной графикой, а также по снимкам скриншотов. Также отдельно создали приложение для просмотра и редактирования цифровых изображений формата Raw Pixmantec RawShooter.

CorelDRAW («Корел Дро») - это графический редактор, который создан для работы с векторными изображениями. С помощью этого приложения можно создавать логотипы, иллюстрации, обложки, рекламные баннеры, макеты для печати визиток, флаеров, постеров и многое другое. CorelDRAW активно используется в брендинге, графическом дизайне, рекламе и полиграфии.



Возможности CorelDRAW

- просмотр, редактирование и обработка цифровых изображений, растровой и векторной графики;
- добавление цветовых фильтров, эффектов размытия, шума и т.д.;
- добавление текста с изменяемым шрифтом, размером, цветом, за всеми своими изменениями можно следить в режиме реального времени;
- снимки скриншотов, которым можно сразу задать определенную форму в виде обычного альбомного листа,

квадрата, овала и т.д.;

- печать изображений, работа над которыми завершена;
- конвертировать форматы GIF, PNG, JPF, TGA, BMP и др., а также преображать растровую графику в векторную и наоборот;
- генерация QR-кодов и их редактирование, добавление на них изображений, соответствующих вашим желаниям и дизайну компании;
- создание анимации, а также их редактирование.

Преимущества

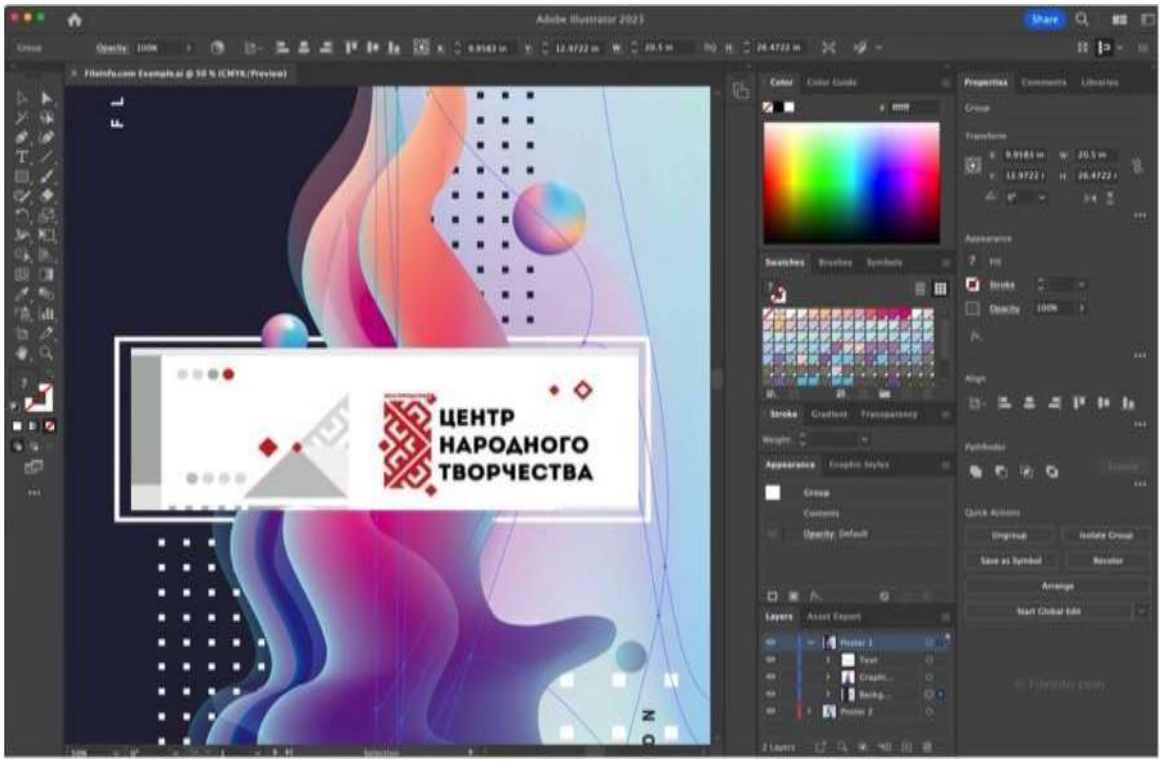
- все отдельные программы из пакета выполняют определенные функции, поэтому открывать тяжелый графический редактор ради снимка экрана не придется;
- ретуширование станет еще легче, если задействовать инструмент под названием «Восстанавливающее клонирование»;
- работа с несколькими изображениями, распределенными по отдельным окнам либо вкладкам;
- во время работы будут всплывать подсказки из справочного материала, которые помогут вам до конца понять все принципы управления в этом редакторе;
- ваши планы и идеи по поводу создания определенного дизайна или логотипа легко можно реализовать с помощью изменяемых параметров, настраиваемых фильтров, прозрачности, точного выделения, заливки и т.д.

Недостатки

- бесплатная версия (пробная) подходит к концу спустя 30 дней с момента первого запуска, а цена на полную (последнюю) версию чрезвычайно высока;
- для комфортной работы программы требуется много места на твердотельном накопителе и более-менее средний по характеристикам компьютер;
- отсутствие инструментов для создания деловой графики. К сожалению, CorelDRAW не создан для построения диаграмм и графиков, демонстрирующих экономический рост;
- растр сложно перевести в вектор. Но это обстоятельство - сложность не только CorelDRAW, а всех графических редакторов. Если изображение изначально имеет низкое качество и разрешение и изобилует различными оттенками, то данная задача является сложновыполнимой;
- наличие ошибок в старых версиях.

ADOBE ILLUSTRATOR

Adobe Illustrator - программа, которая используется художниками- иллюстраторами для создания веб-графики. В отличие от знаменитого Adobe Photoshop, Illustrator работает с векторными изображениями, а не растровыми.



Illustrator предназначен для создания различных графических макетов, что коренным образом отличает его от «Фотошопа», в котором можно создавать и обрабатывать различные сложные изображения. Как правило, Illustrator используют полиграфисты, дизайнеры, оформители, которым необходимо проиллюстрировать какой-то образ или текст, а не рисовать самостоятельные картинки.

Справка! Изначально Adobe Illustrator был предназначен только для работы с векторной графикой, но дизайнеры и оформители приспособили его для создания реклам, плакатов, открыток, иллюстраций на сайтах, в газетах и журналах.

Даже тот человек, который совсем не умеет рисовать, но хорошо представляет себе визуальное воплощение какой-либо идеи, сможет создать необходимое изображение с помощью Иллюстратора.

Adobe Illustrator позволяет не только создавать изображения на основе различных примитивных образов, но и редактировать их. Он также работает с элементами растровой графики: изображения, нарисованные из пикселей, и фотографии. Пользователь даже может взять некий образец векторного символа и сохранить его как растровое изображение. В дальнейшем этот объект можно использовать в любом новом файле, что снижает размер файла и улучшает манипулирование (нет нужды каждый раз создавать новый элемент).

Стоит отметить, что компания Adobe разработала единую среду, в которой все программы и объекты могут свободно взаимодействовать друг с другом. Так, изображение из «Иллюстратора» можно легко перетащить в «Фотошоп» или «Флэш» (программа, предназначенная для созданий игр и анимаций). Соответственно, пользователю не нужно конвертировать файлы, тратя при этом время и качество изображения.

Функционал программы предусматривает большое количество различных кистей, операций и эффектов. Рабочая среда схожа с Adobe Photoshop, так что пользователь, который владеет «Фотошопом», легко освоится в «Иллюстраторе».

«Иллюстратор» менее популярен, чем CorelDraw: под него выпущено гораздо меньше общедоступных шаблонов, надстроек и наработок, которые упрощают работу с графикой.

Кроме того, «Иллюстратор» достаточно сложен, а его богатый функционал не всегда нужен для создания простых изображений. При этом он существенно потребляет ресурсы компьютера, что приводит к медленной работе на устройствах, которые обладают невысокой производительностью.

В «Иллюстраторе» имеются некоторые сложности с редактированием кривых и выделением объектов. Существенным недостатком также является необходимость использования сторонних программ для преобразования растровых объектов в векторные. Удивительно, что при этом Illustrator свободно работает с пиксельными изображениями и легко превращает вектор в растровый объект.

Еще один недостаток - отсутствие многостраничное™, даже «родной» для семейства Adobe формат PDF открывается только по одной странице.

FIGMA

Figma - онлайн-сервис для разработки интерфейсов и прототипирования с возможностью организации совместной работы в режиме реального времени.

Figma (Фигма) - это частично бесплатный онлайн-редактор векторной графики, позволяющий работать в командах. Презентации, прототипы, макеты сайтов, лендинги, векторную графику, интерфейсы, иллюстрации и мобильные приложения

- все это можно сделать в редакторе. Простыми словами, Figma - это мощный векторный редактор с поддержкой разных платформ.

Для работы с этим редактором нужен браузер и подключение к интернету. Если вы хотите использовать редактор только для себя, можно обойтись бесплатным тарифом. Для командной работы лучше выбрать платный тарифный план.

Она появилась в 2016 году как аналог Sketch и Adobe XD, но спустя пару лет стала одним из самых популярных инструментов у дизайнеров.

Все файлы Figma хранятся не у вас на компьютере, а в облаке. Поэтому вам не придется переживать за их сохранность и каждый раз искать черновики макета. Все изменения в Figma сохраняются автоматически.

Какие проекты можно создавать в Figma

Отрисовка интерфейсов. Внешний вид продукта - кнопочки, иконки, формы, можно создавать в редакторе с добавлением эффектов. Например, создание анимации для баннеров, кликабельные кнопки, раскрываемые списки и т. д.

Создание прототипов - модели будущего сайта или приложения. Такой прототип можно адаптировать под мобильные устройства. Их используют, чтобы показать заказчикам, как будет выглядеть проект. В редакторе можно отрисовать нужные страницы и настроить связи между ними. Предусмотрена дажеинтерфейсная анимация, которая постоянно совершенствуется. Это позволяет разрабатывать прототипы, максимально похожие на реальный продукт.

Работа с векторными объектами. Можно создавать векторную графику, импортировать векторные объекты из редакторов Adobe Illustrator и Sketch, экспортировать дизайн в формат svg.

Developer Handoff. Режим, позволяющий увидеть вкладку «код» в панели свойств. Он упрощает работу разработчиков.

Редактор позволяет создавать блок-схемы, диаграммы, графики. В фигме встроен онлайн конструктор блок схем и есть большая библиотека компонентов. С их помощью можно перетаскивать элементы на холст и за считаные минуты создавать свою блок-схему, диаграмму или график. Готовый вариант можно экспортировать в png, svg или в другом удобном формате.

Передача макетов разработчикам. Потребуется просто дать доступ к файлу с передачей права на просмотр. В таком режиме программисту будут доступны CSS- стили элементов интерфейса. Если он делает мобильное приложение, то сможет посмотреть код для iOS или Android.



Чтобы ускорить работу и добавлять новые функции, можно использовать плагины. В программе они расположены в разделе «Browse Plugins in Community».

Какие есть полезные плагины:

- **BeatFlyer Lite.** Для создания анимационных эффектов;
- **Humaaans for Figma.** Иллюстрации людей Пабло Стэнли;
- **Iconify.** Содержит более 40 тысяч векторных иконок, в т. ч. самых популярных, например, Jam Icons, Twitter Emoji, Material Design;
- **Bullets.** Для создания стильных маркированных списков.

1. Учебная дисциплина. ФОТОЖУРНАЛИСТИКА
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 3. Обработка фотоматериала и подготовка его к публикации
Тема 3.2. ***Электронная обработка фотографий***

3. Цели занятия

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, а также в понимании структуры работы рынка рекламы.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Электронная обработка фотографий — это процесс изменения изображения с помощью специальных программ и инструментов	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

РАЗДЕЛ 3. Обработка фотоматериала и подготовка его к публикации
Тема 3.2. ***Электронная обработка фотографий***

Текст лекции.

Приемы обработки фотографий

Даже если вы проводите съемку в идеальных условиях, фотографии требуют дополнительной обработки. Ниже разберем основные нюансы редактирования, позволяющие добиться профессионального результата. Рассмотрим примеры обработки фотографий на примере программного обеспечения «ФотоМАСТЕР».

1. *Следуйте правилам композиции.*

Одна из частых ошибок начинающих фотографов - неправильная композиция. Обычно они фотографируют модель или предмет, расположив в центре, но такое построение сцены выглядит скучно и невыразительно. Спасти «мертвую» фотографию можно при помощи правильной компоновки.

Чаще всего фотографы используют «правило третей». В этот случае иужио мысленно разделить пространство при помощи 2 горизонтальных и вертикальных линий и расположить объект на их пересечении.

Если при фотосъемке вы не придерживались правил композиции, это можно исправить в фоторедакторе. Откройте снимок и в разделе «Инструменты» и выберите опцию «Кадрирование». Программы обычно уже содержат готовые пресеты композиции. Выберите подходящий вариант и обрежьте картинку согласно
разлиновке.

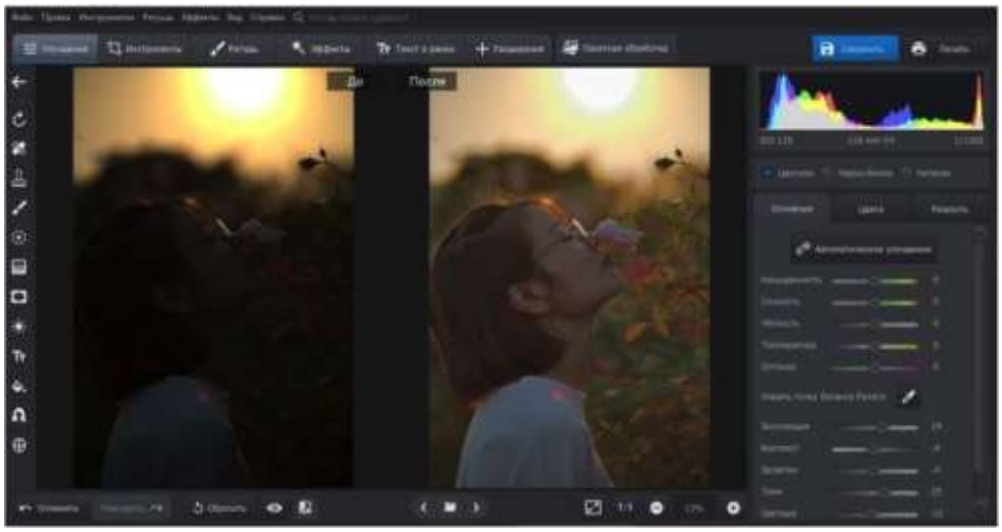


2. *Следите за освещением.*

В идеале съемку требуется проводить при дневном освещении либо со специальным оборудованием. Фотографии, отснятые при недостаточном свете, выглядят тусклыми и невыразительными; кадры, в которых попало слишком многосвета, получаются пересвеченными. При этом в обоих случаях страдает четкость и детализация кадра.

Ошибки освещения исправляются в разделе «Улучшения». Выберите блок «Тон» и откорректируйте экспозицию, контраст и засветки, передвигая ползунки. Также можно поправить тени, светлые и темные участки.

< ФогфАМСПР - Ъд MG.623C CR2 — О X



В программе можно исправить проблемы с неправильной постановкой света в автоматическом режиме. Для устранения дефекта нажмите на кнопку «Автоматическое улучшение». Софт исправит недостатки.

3. *Избегайте смазанных кадров.*

Ничто так не говорит о том, что фотограф новичок, как смазанный кадр. Это происходит, если вы быстро спустили затвор, и камера не успела сфокусироваться. Также проблема может возникнуть из-за дрожания рук. Если кадр получился слегка размытым, дефект легко исправляется в процессе постобработки.

Для повышения детализации откройте «Улучшения». Выберите вкладку «Резкость» и скорректируйте параметры:

a. Сила отвечает за повышение резкости снимка. Установите среднее значение, чтобы не получить шумный кадр.
b. Радиус отвечает за детализацию краев и мелких деталей. Чтобы повысить резкость фотографии без пикселизации, установите значение в пределе 10-15.
c. Порог можно использовать, чтобы сгладить мелкие детали, если на снимке появился шум.



Старайтесь не переусердствовать с резкостью: высокая детализация способствует появлению «артефактов».

4. *Сглаживайте шумы.*

Цифровые шумы появляются на изображении, если съемка проводилась в недостаточном освещении и вы установили высокий параметр ISO. Также данный дефект часто выдают бюджетные фотокамеры.

Некоторые фотографы воссоздают «зерно» в кадре, так как это напоминает пленочные фотографии. Но в большинстве случаев рекомендуется «отфотошопить» такие снимки, так как глянцев выглядят качественнее.

Справиться с недостатком поможет функция «Устранение шума на фото» в разделе «Инструменты». Чтобы сделать изображение более «гладким», отрегулируйте силу инструмента при помощи ползунка.

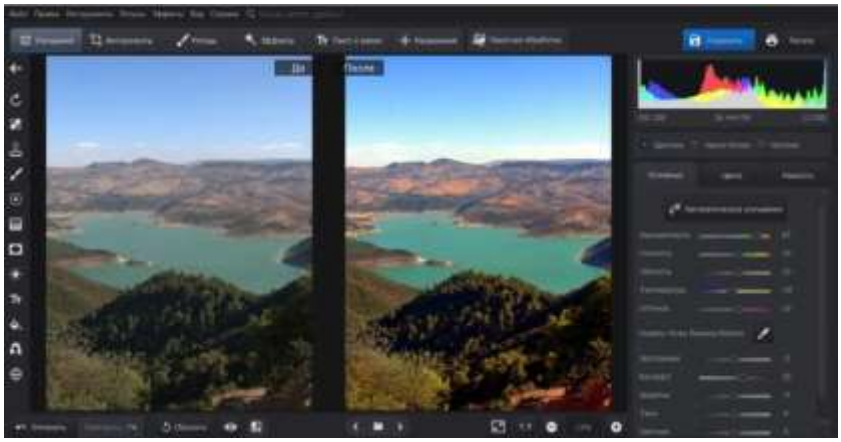


Так как снижение шумового порога проводится путем размытия деталей, важно найти правильный баланс. Установите параметр так, чтобы кадр не получился слишком «замыленным». Отслеживайте результат в режиме «До/После».

5. *Цветокоррекция*

Фотокамера не всегда может передать цвета так, как их видит человеческий глаз. В итоге небо получается слишком блеклым, трава - жухлой и пр. Если вы столкнулись с этой проблемой, требуется повысить интенсивность цветов.

Нужные настройки в «ФотоМАСТЕРЕ» находятся в «Улучшениях». Чтобы сделать картинку яркой, воспользуйтесь «Насыщенностью» и «Сочностью». Также можно исправить недочеты ползунками «Температура» или «Оттенок».



Еще одна проблема - иногда цветовой баланс может сбиться. В итоге получается уклон в один цвет. Справиться с проблемой поможет вкладка «Цвета». Найдите среди настроек доминирующий оттенок и измените его силу.

6. *Устраняйте искажения перспективы.*



Проверяйте изображения на искажения перспективы, даже если они не заметны. Например, «заваленный» горизонт не виден с первого взгляда. Проверить это легко, открыв фотографию в разделе «Инструменты» - «Геометрия».

Включите пункт «Сетка» в боковой колонке и убедитесь, что горизонтальные линии на кадре располагаются вдоль разлиновки. Если это не так, исправьте проблему, подобрав подходящую настройку параметра «Поворот».



Здесь же вы можете справиться с искажениями линзы, если фото выглядит «выпуклым» или, наоборот, уходит внутрь. Для этого настройте параметр «Дисторсия» - он находится в самом верху.

7. *Удаляйте лишние объекты.*

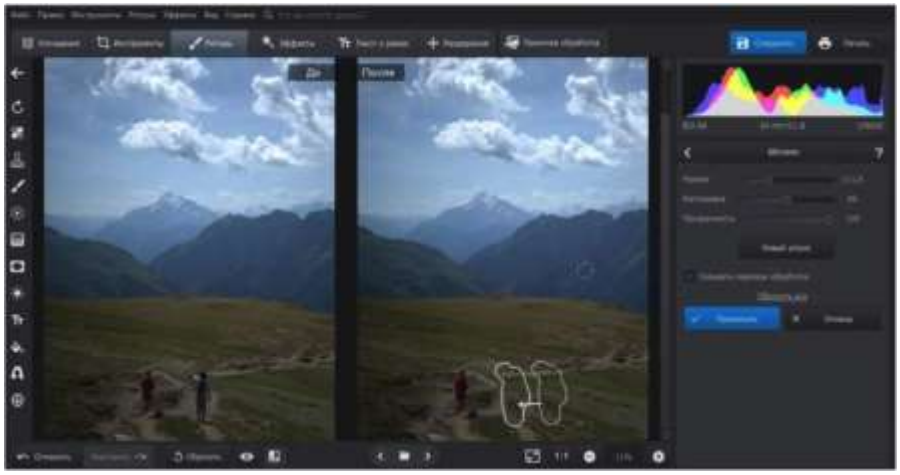
Найти идеальное место для фотосъемки сложно, если вы работаете не в студии. Прохожие, лишние предметы, деревья и другие ненужные объекты отвлекают внимание и портят изображение в целом. К счастью, современные фоторедакторы позволяют с легкостью стирать с фотографий любые объекты.

В основном это можно сделать тремя способами: при помощи восстанавливающей кисти, штампа и заплатки.

Все они находятся в разделе «Ретушь». Чтобы избавиться от мелких объектов, выберите восстанавливающую кисть и кликайте по дефектам, которые необходимо стереть.



Для удаления более крупных элементов используйте «Штамп». Установите размер инструмента, укажите растушевку краев и закрасьте ненужный объект. Возле обозначенной области появится «клон». При помощи курсора перетащите его на место, которым нужно заменить испорченный фрагмент.



0

Большие объекты можно скрыть «Заплаткой». В этом случае нужно обвести курсором кусок для удаления и перетащить его на подходящий по текстуре фрагмент. Если объект слишком крупный, шаг можно разбить на два этапа.



8. *Обрабатывайте фото по частям.*

Иногда изображение требуется обработать не целиком. Например, если отдельная область получилась затемненной, при редактировании всего фото могут испортиться остальные фрагменты. Чтобы хорошо и качественно обработать такой фотокадр, потребуется применить выборочное редактирование.

«ФотоМАСТЕР» предлагает инструмент «Корректор», он позволяет настраивать отдельные регионы снимка. Найти функцию можно в разделе «Ретушь». Скорректируйте размер кисти и закрасьте фрагмент, который нужно обработать.

C —

OX

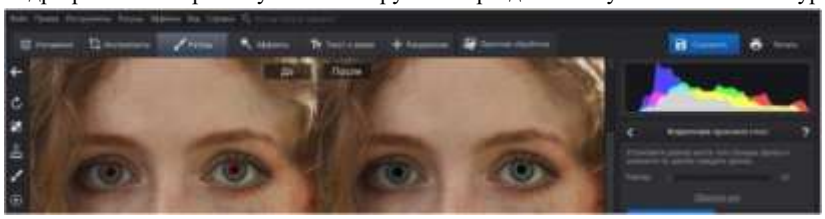


После этого изменяйте выделенную область, передвигая ползунки в колонке с настройками.

9. *Разбейте процесс на шаги.*

Профессиональная ретушь - один из наиболее сложных типов обработки. Если на снимке много дефектов, и вы не знаете, как обработать фото, советуем разбить процесс на шаги и устранять дефекты поочередно.

Самая частая проблема при создании портретов - эффект красных глаз. Он возникает при съемке со вспышкой. Отредактировать такой кадр просто: выберите нужный инструмент в разделе «Ретушь» и кликните курсором по зрачку.

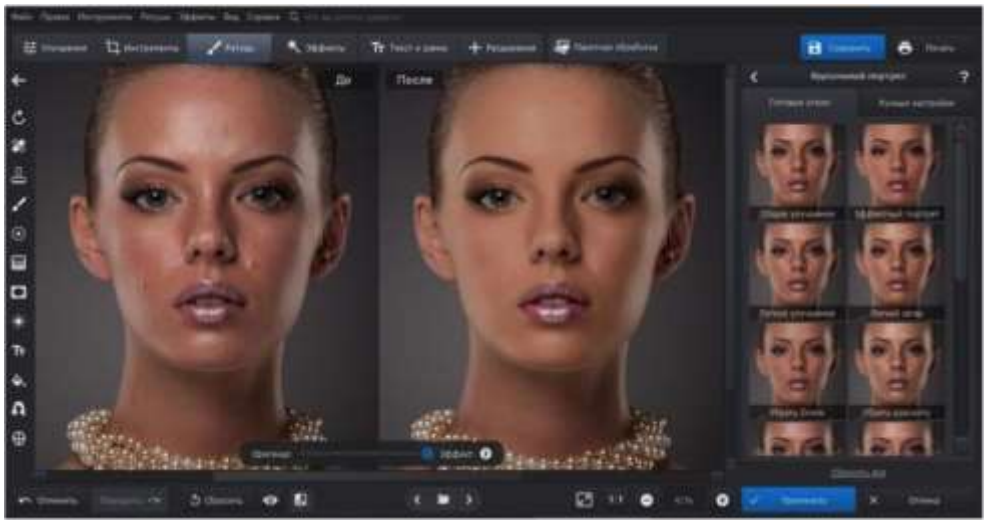


Вторым шагом является исправление косметических дефектов. Для этой цели фоторедактор предлагает инструмент «Устранение дефектов кожи». Укажите темные и светлые области кожи, кликнув по ним курсором. После этого передвиньте ползунок «Сила», чтобы дефекты исчезли из кадра.

Для комплексной обработки воспользуйтесь функцией «Идеальный портрет». Здесь находятся готовые установки для разного типа проблем: устранение блеска, скрытие темных кругов, отбеливание зубов и прочее. Все пресеты работают в автоматическом режиме, достаточно нажать на нужный вариант и сохранить изменения.

< ®O'£XUCT1P-M3.Gl*8-f2J|pg —

OX

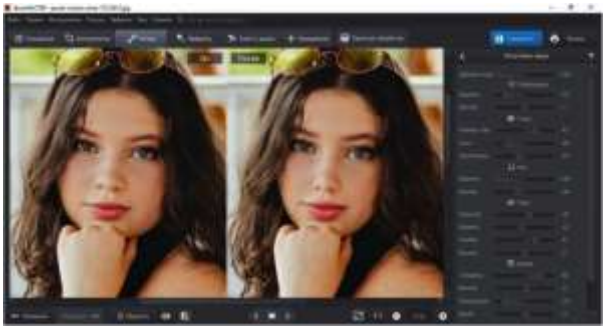


Программа также позволяет устранить отдельные проблемы вручную. Для этого раскройте соответствующую вкладку и регулируйте нужные параметры при помощи ползунков.

10. *Пластика скроет недостатки*

Если вы стремитесь воспроизвести ретушь, как в глянцевых журналах, советуем обратить внимание на инструменты пластики. С их помощью можно подправить черты лица и создать эффектную фигуру.

Несмотря на то, что это звучит сложно, в «ФотоМАСТЕРЕ» добиться нужных результатов можно просто передвигая ползунки. Выберите в разделе «Ретушь» функцию пластики лица и фигуры и корректируйте проблемные зоны.



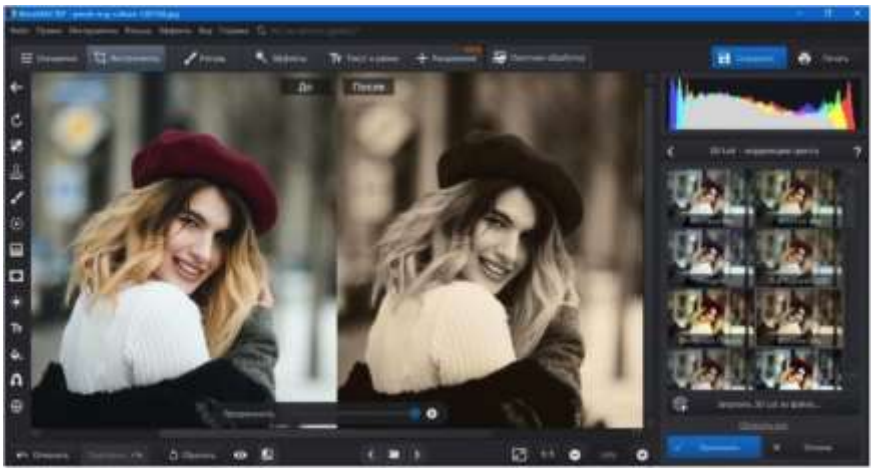
Таким образом можно создать модный эффект «лисьих» глаз, изменить овал лица, полноту губ и многое другое.

11. *Используйте готовые пресеты*

Даже фотографы часто используют готовые пресеты, потому что они ускоряют процесс обработки фото. В программе «ФотоМАСТЕР» вы тоже найдете множество эффектов, которые сделают из «сырых» кадров профессиональные снимки.

Готовые фильтры - отличное решение, если нужно быстро преобразить кадр или придать «атмосферности». Но если вы хотите прокачать свои навыки обработки, их лучше применить в последнюю очередь.

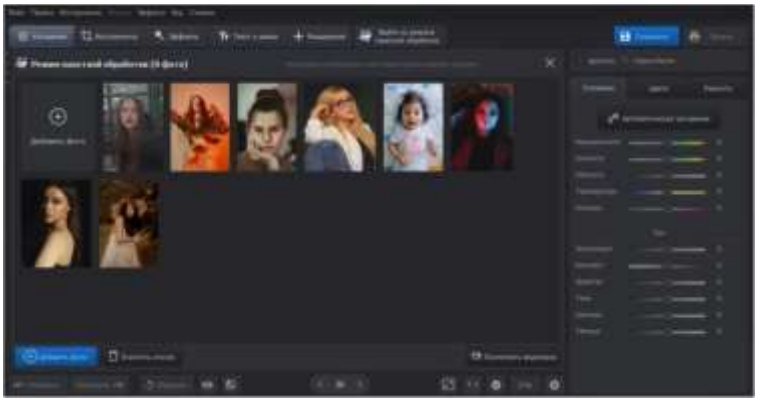
«ФотоМАСТЕР» содержит коллекцию ЕПТ -фильтров. Они помогут создать атмосферные снимки, которые будут классно смотреться в соцсетях или исправить освещение. Фильтры можно накладывать друг на друга для лучшего результата.



12. Пакетный режим для быстрых правок

Иногда у нескольких фотографий требуется внести одинаковые правки, например, наложить фильтры или изменить освещение. Особенно часто такой вопрос возникает, если вы проводили масштабную съемку, например, делали кадры при плохих погодных условиях. Если вы работаете с большим количеством файлов, исправление изображений по одному отнимет много времени. Поэтому лучше обрабатывать такие снимки в пакетном режиме.

«ФотоМАСТЕР» позволяет загружать и обрабатывать одновременно неограниченное количество изображений разных форматов. Для этого переключитесь в множественный режим, нажав «Пакетная обработка» в верхней панели опций.



После этого применяйте необходимые правки, как в обычном режиме. В пакетном режиме доступны функции работы со светом, цветокоррекция, раскраска черно-белых фото, автоматическое улучшение, наложение текста и графики, стилизация при помощи фильтров и эффектов. Также вы можете изменить размер всех кадров и сменить формат.

1. Учебная дисциплина. ФОТОЖУРНАЛИСТИКА
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 4. Правовые основы фотожурналистики
Тема 4.1. Правовой статус фотожурналиста и фотография как объект авторского права
3. Цели занятия

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, а также в понимании структуры работы рынка рекламы.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие авторского права и его основные принципы. Объекты авторского права и критерии их охраноспособности. Субъекты авторского права и их права	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

РАЗДЕЛ 4. Правовые основы фотожурналистики
Тема 4.1. Правовой статус фотожурналиста и фотография как объект авторского права
Текст лекции.

В соответствии с Законом Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27.12. 1991 г. №2124—1 «под журналистом понимается лицо, занимающееся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции зарегистрированного средства массовой информации, связанное с ней трудовыми или иными договорными отношениями либо занимающееся такой деятельностью по ее уполномочию». Это определение распространяется и на фотожурналиста. Если он состоит в штате зарегистрированного СМИ или, сотрудничая вне штата, выполняет задание редакции, то у него появляются дополнительные законные права, которых нет у других фотографов, просто время от времени публикующих свои произведения. Об этом в 52-й статье закона сказано, что профессиональный статус журналиста распространяется не только на штатных сотрудников редакций, но и на «на авторов, не связанных с редакцией средства массовой информации трудовыми или иными договорными отношениями, но признаваемых ею своими внештатными авторами или корреспондентами, при выполнении ими поручений редакции».

Права журналиста зафиксированы в статье 47 закона о СМИ; в частности: искать, запрашивать, получать и распространять информацию; производить записи, в том числе с использованием средств аудио- и видеотехники, кино- и фотосъемки; посещать специально охраняемые места стихийных бедствий, аварий и катастроф, массовых беспорядков и массовых скоплений граждан, а также местности, в которых объявлено чрезвычайное положение; присутствовать на митингах и демонстрациях; распространять подготовленные им сообщения и материалы за своей подписью, под псевдонимом или без подписи и т. д.

Работая в редакции по трудовому договору, фотокорреспондент выполняет указанные в нем должностные обязанности. Желательно при устройстве на работу ознакомиться и с должностной инструкцией, если таковая существует. Как мы убедимся впоследствии, это важно для того, чтобы определить, имущественные права на какие из созданных фотожурналистом произведений принадлежат ему, а на какие - работодателю.

Одним их эффективных способов получения информации является аккредитация фотожурналиста при государственных органах, учреждениях и иных организациях, которые, как сказано в законе, обязаны предварительно сообщать о мероприятиях, обеспечивать доку-ментами, создавать условия для работы. Но журналист может быть и лишен аккредитации, если будет нарушать установленные правила или распространять не соответствующие действительности сведения, порочащие честь и достоинство организации, аккредитовавшей журналиста (что должно быть подтверждено вступившим в законную силу решением суда).

Основным и наиболее детальным нормативным правовым актом в законодательстве о средствах массовой информации является Закон РФ «О средствах массовой информа-ции». Права фотожурналиста, перечисленные выше, основаны на свободе массовой инфор-мации, которая подразумевает, что поиск, получение, производство и распространение массовой информации в Российской Федерации не подлежат ограничениям (за исключением предусмотренных законодательством Российской Федерации). При этом понятие «массовая информация» в указанном законе поясняется как «предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы». Следова-тельно, это относится к фотографическим произведениям.

Имея широкой круг прав и полномочий, фотожурналист в то же время, в силу специфики деятельности, более ограничен в действиях, чем его пишущие коллеги.

Специальным правовым ограничениям при ведении фотосъемки в данном пособии посвящена отдельная глава. Сейчас кратко остановимся на общих требованиях, предъявляе-мых Законом о СМИ.

Фотожурналист не имеет права публиковать снимки, содержание сведения о государственной или иной охраняемой законом тайне. При этом он должен знать, что существует целый ряд нормативных актов, запрещающих сам процесс фотографирования тех или иных объектов. Эти законы, указы, постановления и приказы не входят в противоречие со свободой поиска и распространения массовой информации; они основаны именно на том, что фо-тоинформация о приграничной территории или военном объекте по определению не должна быть предназначена для «неопределенного круга лиц». В противном случае теряет смысл само представление о безопасности страны.

Закон прямо запрещает распространять материалы, содержащие публичные призывы к осуществлению террористической деятельности или публично оправдывающие терроризм, а также другие экстремистские материалы (это предусмотрено и Федеральным законом
«О противодействии экстремистской деятельности»).

Правовые нормы в императивной форме утверждают то, что должно быть укоренено в правосознании журналиста и на уровне осознанного профессионального должного. «Спе-цифика профессии - рискованной, требующей настойчивости и даже настырности, времена ми конфликтной - порождает иллюзию того, что сотрудники СМИ имеют правовой приоритет по сравнению с другими людьми. Однако в действительности профессия рассчитана обществом в первую очередь на защиту интересов граждан, организаций и социальной системы в целом. В законодательстве о СМИ обязанностям журналистов отведено по меньшей мере такое же место, как и их правам».

Но пока еще далеко не все журналисты знают не только свои права и обязанности, но и те нормы, нарушение которых приводит к ответственности за злоупотребление свободой массовой информации, поскольку свобода не может быть безграничной. Например, в 2013 году в Закон о СМИ было внесено дополнение - о недопустимости материалов, содержащих нецензурную брань. Это стало реакцией на появление в печати в том числе и фо-томатериалов. Поэтому журналист, понимая свою ответственность перед обществом и суть профессии как служение на пользу общества, обязан понимать, почему недопустимы мате-риалы, оправдывающие насилие и жестокость, почему при освещении контртеррористиче-ской операции запрещено распространять в СМИ сведения о средствах, приемах и тактике проведения такой операции, если их распространение может препятствовать проведению контртеррористической операции или поставить под угрозу жизнь и здоровье людей.

О статусе журналиста сейчас говорят и пишут много. В частности, В. Л. Богданов, многие годы возглавлявший Союз журналистов России, отмечал, что «у общества должны быть глаза и уши - это средства массовой информации и журналисты. Они должны быть защищены /.../ Без хорошей, качественной журналистики, без того, чтобы у журналиста был хороший правовой и социальный статус, мы не сможем построить общество так, чтобы оно могло иметь действительную картину того, что происходит вокруг него»?

Но, к сожалению, сами журналисты тоже иногда дают поводы для того, чтобы можно было усомниться в знании ими не только законов, но и этических норм. Это касается вмеша-тельства в частную жизнь граждан, обнародования информации о несовершеннолетних, со-вершивших преступление, без согласия их самих и их законных представителей на распространение таких сведений и т.д., хотя профессионал должен понимать, что это недопустимо.

Поэтому обеспечению конфиденциальности информации специально посвящена статья 41 Закона о СМИ. В ней, в частности, говорится и о такой важной особенности профессии, как необходимость сохранения в тайне источника информации.

В дальнейшем мы неоднократно будем анализировать правонарушения в области ин-теллектуальной деятельности. Редакция и фотожурналист должны соблюдать авторские права граждан, присылающих свои произведения (например, фотографии) - не искажать, снабжать фамилией автора, выполнять условия, которые могут быть особо оговорены.

Редакция должна соблюдать право граждан и организаций на опровержение сведений, если они порочат их честь и достоинство или не соответствуют действительности. Следова-тельно, фотожурналист должен быть убежден в том, что сдаваемые им в печать материалы достоверны и не могут быть опровергнуты. В то же время защита чести, достоинства и деловой репутации является неотъемлемым правом и самого журналиста, если он считает их ущемленными.

Гарантируя журналисту в связи с осуществлением им профессиональной деятельности защиту его чести, достоинства, здоровья, жизни и имущества как лицу, выполняющему общественный долг, государство законодательно возлагает на него и ряд профессиональных обязанностей:

1. соблюдать устав редакции, с которой он состоит в трудовых отношениях;
2. проверять достоверность сообщаемой им информации;
3. удовлетворять просьбы лиц, предоставивших информацию, об указании на ее источник, а также об авторизации цитируемого высказывания, если оно оглашается впервые;
4. сохранять конфиденциальность информации и (или) ее источника;
5. получать согласие (за исключением случаев, когда это необходимо для защиты общественных интересов) на распространение в средстве массовой информации сведений о личной жизни гражданина от самого гражданина или его законных представителей;
6. при получении информации от граждан и должностных лиц ставить их в известность о проведении аудио- и видеозаписи, кино - и фотосъемки;
7. ставить в известность главного редактора о возможных исках и предъявлении иных предусмотренных законом требований в связи с распространением подготовленного им сообщения или материала;
8. отказаться от данного ему главным редактором или редакцией задания, если оно либо его выполнение связано с нарушением закона;
9. 9) предъявлять при осуществлении профессиональной деятельности по первому требованию редакционное удостоверение или иной документ, удостоверяющий личность и полномочия журналиста;
10. 10) соблюдать запрет на проведение им предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума при осуществлении профессиональной деятельности.

Шестой пункт приведенной выше статьи 49 Закона о СМИ, имеющий непосредственное отношение к деятельности фотожурналиста, дополняется и нормой статьи 50, которая гла-сит, что распространение сообщений и материалов, подготовленных с использованием скрытой аудио- и видеозаписи, кино- и фотосъемки, допускается лишь в тех случаях, когда это не нарушает конституционных прав и свобод человека и гражданина и когда это необходимо для защиты общественных интересов и приняты меры против возможной идентификации посторонних лиц.

Заметим, что в законе речь не идет о запрете такой фотосъемки; но журналист должен четко понимать разницу между интересами, затрагивающими жизнь общества и обыватель-ским любопытством. Свобода печати не должны восприниматься как вседозволенность.

Об этом писал еще М. В. Ломоносов в своей известной статье «Рассуждение об обязанно-стях журналистов при изложении ими сочинений, предназначенных для поддержания свободы философии». Сейчас, в эпоху всеобщей коммуникации, основные положения этой статьи звучат еще более актуально, чем в 1755 году, когда она была опубликована. Естественно, журналистика не может рассматриваться в отрыве от социума. И, если формула «журнали-стика – это журналисты» может подвергаться сомнению, то вряд ли можно отрицать, что впечатление о журналистике создают в первую очередь всё же сами

журналисты – своей по-зицией, качеством работы, ответственностью или безответственностью. Сейчас есть основания полагать, что кризис профессиональных журналистских ценностей – это не только порождение общего морального кризиса, но в чём-то – и одна из его причин. Потому что «всё связано со всем» (по Б. Коммонеру).
В медиаиндустрии, воспринимаемой сейчас прежде всего как бизнес, быть первым – значит быть успешным. Однако мобильные технологии, позволяющие осуществлять принципы новизны и оперативности, сами по себе не обеспечивают правдивость и достоверность информации, отношение к её источнику, беспристрастность и т. Д. Скорее, наоборот: новый тип коммуникации наглядно демонстрирует, что технологические достижения значительно опережают уровень их морально-нравственного осознания: наряду с достоверной информацией всё чаще встречаются ложные сведения; случаи оскорбления, вмешательства в частную жизнь и прочие противоправные деяния, ставшие предметом судебной практики. В результате возрастает число СМИ, вынужденных публиковать опровержения, признающих ан-гажированность сотрудников, проигрывающих в судах иски по статье 152 Гражданского ко-декса РФ (о защите чести, достоинства и деловой репутации) и т. д.
Правила, выработанные М. В. Ломоносовым, имеют непосредственное отношение к профессиональному статусу журналиста. Высказанные задолго до применения фотографии в журналистике, они, тем не менее, в целом отражают те требования, которые предъяв-ляются к профессии и сейчас. Особенно советы «соблюдать естественные законы справед-ливости и благопристойности», не присваивать себе результаты чужого труда, «не создавать себе слишком высокого представления о своем превосходстве, о своей авторитетности, о ценности своих суждении», «чтобы быть в состоянии произносить искренние и справедливые суждения, нужно изгнать из своего ума всякое предубеждение, всякую предвзятость».
В XXI веке эти правила нашли отражение не только в этических кодексах и хартиях, но и в законодательных актах. В том числе и в возложении статьей 59 Закона о СМИ ответ-ственности за злоупотребление свободой массовой информации.
В то же время добросовестный журналист, осознающий социальную ответственность профессии и имеющий прочные ценностно-личностные регуляторы, в ряде случаев (статья
57 Закона о СМИ) освобождается от ответственности.
Как всякий человек, не только сам считающий себя профессионалом в том или ином де-ле, но и признаваемый другими таковым, фотожурналист, на наш взгляд, не должен отделять этические требования, предъявляемые к профессии, от правовых. Поэтому мы предлагаем анализируемые в последующих главах ситуации рассматривать именно в таком аспекте.

Фотография как объект авторского права

В соответствии с законом (статья 1226 Гражданского кодекса Российской Федерации; далее - ГК РФ) к интеллектуальным правам относится совокупность имущественного (ис-ключительного) права и личных неимущественных прав, распространяющихся на произведение как результат интеллектуальной деятельности, автором которого признается гражданин, творческим трудом которого такое произведение создано.
Статья 1259 ГК РФ гласит, что фотография является результатом интеллектуальной дея-тельности и относится к охраняемым объектам авторского права. Это значит, что использовать ее любым способом (воспроизводить в любой материальной форме, распространять, сообщать в эфир и по кабелю, перерабатывать, доводить до всеобщего сведения в Интернете и т.д.) можно лишь с разрешения гражданина, творческим трудом которого она создана.
При этом, во-первых, наряду с фотографическими произведениями охраняются также и про-изведения, полученные способами, аналогичными фотографии; во-вторых, фотографиче-ские произведения охраняются независимо от их достоинств и назначения, а также от способа выражения.
Проблеме творческой составляющей в авторском праве посвящено немало общетеоре-тических и специальных работ таких авторов как М. В. Гордон, В. Я. Ионас, Н. А. Райгород-ский, В. И. Серебровский, В. А. Хохлов и др. Это вызвано тем, что по закону (статья 1228 ГК РФ) автором произведения, в том числе и фотографического, может быть признан только гражданин, творческим трудом которого такое произведение создано.
С 2009 года ситуация упростилась, т.к. было обнародовано постановление Пленума Верховного суда Российской Федерации и Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации №5/29 «О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвёртой Гражданского кодекса Российской Федерации», в котором говорится, что «при анализе вопроса о том, является ли конкретный результат объектом авторского права, судам следует учитывать, что по смыслу статей 1228, 1257 и 1259 ГК РФ в их взаимосвязи таковым является только тот результат, который создан творческим трудом. При этом надлежит иметь в виду, что пока не доказано иное, результаты интеллектуальной деятельности предполагаются созданными творческим трудом. Необходимо также иметь в виду, что само по себе отсутствие новизны, уникальности и (или) оригинальности результата интеллектуальной дея тельности не может свидетельствовать о том, что такой результат создан не творческим трудом и, следовательно, не является объектом авторского права»?.
Следовательно, хотя критерии творчества так и не обозначены, фотожурналисту теперь не надо доказывать, что созданное им произведение (портрет, репортаж, пейзаж и т.д.) не является результатом интеллектуальной деятельности. СМИ не могут бездоговорно использовать охраняемую законом фотографию лишь на том основании, что это произведе-ние, по мнению сотрудника редакции, не обладает определенными художественными каче-ствами. Достаточно того, что оно существует в материальной форме и что у него есть автор, без согласия которого использовать произведение нельзя. При этом отсутствие запрета не считается согласием.
ЗАО «Экспресс газета» обратилось в Арбитражный суд г. Москвы с иском к ОАО «Теле-компания НТВ» о защите исключительных прав на фотографическое произведение и выплате денежной компенсации в размере 120 000 рублей. Суть дела: в телепрограмме «Ты не по-веришь!», а также на сайте ntv.ru, администратором которого является ответчик, без согласия правообладателя (т.е. истца) была использована фотография. Представитель телеком-пании настаивала на том, что, во-первых, фотография не является результатом творческого труда и потому ее можно использовать без разрешения; во-вторых, речь можно вести о пра-вомерном использовании, т.к. имело место цитирование произведения.
В силу статьи 65 Арбитражно-процессуального кодекса РФ любое заинтересованное лицо обязано доказывать обстоятельства, на которые оно ссылается как на основание своих требований и возражений. Но, как уже отмечалось выше, в постановлении Пленума Верхов-ного суда Российской Федерации и Пленума Высшего арбитражного суда Российской Феде-рации от 26 марта 2009 года сказано, что «пока не доказано иное, результаты интеллекту-альной деятельности предполагаются созданными творческим трудом», а в силу статьи

1259 ГК РФ объектами авторских прав являются «фотографические произведения и произ-ведения, полученные способами, аналогичными фотографии».
Что касается цитирования, то оно действительно предусмотрено статьей 1274 ГК РФ (об этом речь идет в главе «Свободное использование произведения» данного пособия), но с обязательным указанием имени автора, произведение которого используется и источни ка заимствования, а также только с определенными целями и в определенном объеме.. Ответчик не смог представить суду доказательств соблюдения данной нормы.
В результате, исходя из принципов разумности и справедливости, разового характера нарушения, а также соразмерности компенсации последствиям нарушения, суд решил взыскать 50 000 рублей с ОАО «Телекомпания НТВ».
Арбитражный суд Нижегородской области взыскал 200 000 рублей компенсации с издательства «Парсек-НН» за то, что в иллюстрированном путеводителе по городу был использован фрагмент фотографии «Государственный банк», права на которую принадлежали другой организации. В данном случае речь можно вести не только о незаконном использовании объекта авторского права (хотя ответчик в суде настаивал на том, что этот снимок объектом прав не является), но и о его искажении. К тому же, как гласит п. 7 статьи 1259 ГК РФ, авторские права распространяются и на часть произведения.
Ситуация свидетельствует о неверном понимании как объектов интеллектуальных прав, так и принципов их использования.
Достаточно часто подобные случаи возникают и применительно к географическим картам, к графике и инфографике. Нередко в качестве оправдания говорится о низком качестве используемого произведения или об отсутствии в нем ори-гинальности, хотя в законе четко сказано, что объектами авторских прав являются произве-дения, независимо от их достоинств, назначения и способа выражения. Иное дело, если фотография или используемый кадр видеозаписи были созданы без участия человека - напри-мер, камерой наружного наблюдения. В данном случае нет автора как физического лица.
Речь можно вести о праве на владение носителем, но не об авторском праве, т.к. интеллектуальные права не зависят от права собственности на материальный носитель (вещь), в котором выражен результат интеллектуальной деятельности (статья 1227 ГК РФ).
Одно из распространенных заблуждений: если редакция купила у автора фотографию, то на этом основании ее можно публиковать. Но куплен лишь конкретный экземпляр, кото-рый, как и любую законно приобретенную вещь, можно подарить, перепродать, повесить на стену и т. д. Для публикации же необходимо заключить договор с автором о передаче прав на использование. Для сравнения: купив в магазине экземпляр книги, мы можем делать с данной вещью что угодно - как именно с вещью. Но факт покупки не дает нам права воспроизводить эту книгу без разрешения автора или издателя - ни полиграфическим спосо-бом, ни в электронном виде.
Авторские права распространяются как на обнародованные, так и на необнародованные произведения, выраженные в какой-либо объективной форме (статья 1259 ГК РФ).
Обнародовать - значит впервые сделать произведение доступным для всеобщего сведения путем опубликования, публичного показа, передачи в эфир или по кабелю или иным способом. Пока автор жив, это право принадлежит только ему. Не обнародованное при жизни автора произведение, в том числе и фотографическое, можно потом обнародовать только с согласия правообладателя и то при условии, если это не будет противоречить воле автора, выраженной им в письменной форме (в завещании, письмах, дневниках и т.д.) (статья
1268 ГК РФ). Это положение часто нарушается журналистами, стремящимися для сенсаци-онности и рейтинга как можно быстрее публиковать обнаруженные в частных архивах фото-снимки, письма, черновики и т. д. К тому же, в данном случае действует и правило о незави-симости интеллектуальных прав (на фотографию, письмо и т.д.) от права на материальный носитель.
К распространенным заблуждениям относится мнение, что если фотопроизведение пе-реработано, то его можно использовать без разрешения правообладателя. Здесь можно провести сравнение, не совсем корректное с юридической точки зрения, но понятное в бытовом плане: будет ли нарушением - без разрешения взять чужой пиджак, переделать его и потом использовать по собственному усмотрению (носить, продавать и т.д.)? Вопрос риторический.
Ответ однозначен - совершено сразу несколько нарушений, одно из которых - искажение произведения. Каждый может создавать в личных целях производные фотопроизведения, например, фотоколлажи. Но использовать их (публиковать, передавать в эфир или по кабе-лю, доводить до всеобщего сведения и т.д.) можно только с разрешения правообладателя тех произведений, которые были взяты за основу. На этом строится также право переводчи-ка, аранжировщика, обработчика и других, кто перерабатывает авторское произведение. Это зафиксировано в действующем законе (в частности, в статьях 1260 и 1266 ГК РФ - о производных произведениях и о защите произведения от искажения), который требует исполнения норм, а не их обсуждения.
Объектом авторских прав фотографическое произведение становится в силу самого его создания, т.е. обретения материальной формы. В п. 4 статьи 1259 об этом прямо говорится: «для возникновения, осуществления и защиты авторских прав не требуется регистрации произведения или соблюдения каких-либо иных формальностей». Эта норма является развитием статьи 5 Бернской конвенции. Поэтому не может быть однозначно принят довод, что фотография была использована без разрешения на том основании, что на ней не было зна ка охраны авторского права или фамилии автора. В статье 1271 ГК РФ отмечено, что «пра-вообладатель для оповещения о принадлежащем ему исключительном праве на произведение вправе использовать знак охраны авторского права, который помещается на каждом экземпляре произведения и состоит из следующих элементов: латинской буквы „С" в окружно-сти; имени или наименования правообладателя; года первого опубликования произведе-ния».
«Вправе», а не «обязан». Упомянутый знак © несет информационную нагрузку, его отсутствие не влечет юридических последствий. Тем не менее, практика показывает, что фотографу желательно подписывать или иным способом идентифицировать свои работы, чтобы они не были смешаны редактором с другими, тоже лишенными опознавательных знаков.
Иногда со временем автор и сам может перепутать свои и чужие работы, если домашний архив не упорядочен.
Вопросы:

1. Какие действия должен предпринять фотокорреспондент для того, чтобы считаться
2. автором фотографии?

3. Актриса попросила проиллюстрировать интервью с ней не только снимками фотожур-налиста, но и фотопортретом, который был подарен ей автором этой фотографии пять лет назад. Может ли редакция это сделать?
4. Какие условия необходимы для того, чтобы фотография являлась охраняемым объектом авторского права?

1. Учебная дисциплина. ФОТОЖУРНАЛИСТИКА
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 4. Правовые основы фотожурналистики
Тема 4. 2 Правовые основания и ограничения при ведении фотосъемки
3. Цели занятия

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, а также в понимании структуры работы рынка рекламы.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Конституционное право на свободу поиска, получения, передачи, производства и распространения информации	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

РАЗДЕЛ 4. Правовые основы фотожурналистики
Тема 4. 2 Правовые основания и ограничения при ведении фотосъемки
Текст лекции.

Достаточно часто можно услышать о том, что в ряде случаев представители власти, должностные лица, охранники запрещают фотографировать тот или иной объект или самих себя. Сразу необходимо определить, кому запрещают - просто фотографу-любителю или штатному фотожурналисту, обладающему законными правами. Хотя, как видно из цитируемых ниже законов, значительными правами обладает любой гражданин.

Свобода творчества в целом (следовательно, и фотографического) является неотъемлемым правом человека и гражданина, о чем в статье 44 Конституции Российской Федерации сказано: «Каждому гарантируется свобода литературного, художественного, научного, техни-ческого и других видов творчества, преподавания. Интеллектуальная собственность охраняется законом».

В Конституции не говорится специально о средствах массовой информации, но для журналистов очень важна статья 29, особенно пункты 4 («Каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным спосо-бом. Перечень сведений, составляющих государственную тайну, определяется федераль-ным законом») и 5 («Гарантируется свобода массовой информации. Цензура запрещается»).

Как известно, эти положения нашли прямое отражение в законе о СМИ и имеют непо-средственное отношение к фотожурналистке, о чем речь шла в самом начале данного посо-бия.

Значительную помощь фотожурналисту, столкнувшемуся с запретом на съемку, окажет знание статьи 144 Уголовного кодекса РФ «Воспрепятствование законной профессиональной деятельности журналистов», в которой говорится о принуждении к отказу от распространения информации. Приводим полный текст этой статьи:

1 Воспрепятствование законной профессиональной деятельности журналистов путем принуждения их к распространению либо к отказу от распространения информации наказывается штрафом в размере до восьмидесяти тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до шести месяцев, либо обязательными работами на срок до трехсот шестидесяти часов, либо исправительными работами на срок до одного года.

То же деяние, совершенное лицом с использованием своего служебного положе ния, - наказывается штрафом в размере от ста тысяч до трехсот тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от одного года до двух лет, либо обязательными работами на срок до четырехсот восьмидесяти часов, либо исправительными работами на срок до двух лет, либо принудительными работами на срок до двух лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового, либо лишением свободы на срок до двух лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового.

3. Деяния, предусмотренные частями первой или второй настоящей статьи, соеди-ненные с насилием над журналистом или его близкими либо с повреждением или уничтожением их имущества, а равно с угрозой применения такого насилия, - нака-зываются принудительными работами на срок до пяти лет или лишением свободы на срок до шести лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового.

Запрет на законное ведение фотосъемки и есть принуждение фотожурналиста к «отказу
от распространения информации», которое гарантировано статьей 29 Конституции.

Нередко стороны по-разному понимают и толкуют одни и те же термины, имеющие отношение к профессиональной деятельности фотожурналиста. В данном случае для снятия вопросов следует применять понятия, используемые в статье 2 Федерального закона «Об ин-формации, информационных технологиях и о защите информации» (в редакции от 18.03.2019 г.):

«Информация - сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представ-ления;

обладатель информации - лицо, самостоятельно создавшее информацию либо по-лучившее на основании закона или договора право разрешать или ограничивать доступ к информации, определяемой по каким-либо признакам; доступ к информации - возможность получения информации и ее использования; предоставление информации - действия, направленные на получение информации определенным кругом лиц или передачу информации определенному кругу лиц; распространение информации - действия, направленные на получение информации неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу Лиц».

в статье 3 определены принципы, на которых основано правовое регулирование отн

шений, возникающих в сфере информации, а именно:
• Свобода поиска, получения, передачи, производства и распространения информации любым законным способом; установление ограничений доступа к информации только федеральными законами;
• открытость информации о деятельности государственных органов и органов мест-ного самоуправления и свободный доступ к такой информации, кроме случаев, уста-новленных федеральными законами.
Важным при отстаивании своих прав не только фотожурналистами, но и теми корр спондентами, которые не состоят в трудовых отношениях с редакцией, является знани и применение норм статьи 8 данного закона «Право на доступ к информации»:
«Граждане (физические лица) и организации (юридические лица) (далее - организа-ции) вправе осуществлять поиск и получение любой информации в любых формах и из любых источников при условии соблюдения требований, установленных насто-ящим Федеральным законом и другими федеральными законами.
Гражданин (физическое лицо) имеет право на получение от государственных орга-нов, органов местного самоуправления, их должностных лиц в порядке, установлен-ном законодательством Российской Федерации, информации, непосредственно затрагивающей его права и свободы.
Не может быть ограничен доступ к:
2 нормативным правовым актам, затрагивающим права, свободы и обязанности человека и гражданина, а также устанавливающим правовое положение организаций и полномочия государственных органов, органов местного самоуправления,
3 информации о состоянии окружающей среды;
4 информации о деятельности государственных органов и органов местного само-управления, а также об использовании бюджетных средств (за исключением сведе-ний, составляющих государственную или служебную тайну);
информации, накапливаемой в открытых фондах библиотек, музеев и архивов, а также в государственных, муниципальных и иных информационных системах, со-зданных или предназначенных для обеспечения граждан (физических лиц) и организаций такой информацией;
• иной информации, недопустимость ограничения доступа к которой установлена федеральными законами.
Решения и действия (бездействие) государственных органов и органов местного са-моуправления, общественных объединений, должностных лиц, нарушающие право на доступ к информации, могут быть обжалованы в вышестоящий орган или выше-стоящему должностному лицу либо в суд».
Наряду с приведенными выше нормами для доступа к информации фотожурналист может применять также Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о дея-тельности государственных органов и органов местного самоуправления» (в редакции от 28.12.2017). В соответствии со статьей 4 данного закона основными принципами такого доступа являются:
5 Открытость и доступность информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления, за исключением случаев, предусмотренных федеральным законом;
6 достоверность информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления и своевременность ее предоставления;
7 свобода поиска, получения, передачи и распространения информации о деятель-ности государственных органов и органов местного самоуправления любым законным способом;
8 соблюдение прав граждан на неприкосновенность частной жизни, личную и семей-ную тайну, защиту их чести и деловой репутации, права организаций на защиту их деловой репутации при предоставлении информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления.
При этом среди способов обеспечения доступа к информации перечислены следующие,
представляющие интерес для фотожурналиста:
1 Ознакомление пользователей информацией с информацией о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления в помещениях, занимае-мых указанными органами, а также через библиотечные и архивные фонды; присутствие граждан (физических лиц), в том числе представителей организаций (юридических лиц), общественных объединений, государственных органов и органов местного самоуправления, на заседаниях коллегиальных государственных орга нов и коллегиальных органов местного самоуправления,
• предоставление пользователям информацией по их запросу информации о дея-тельности государственных органов и органов местного самоуправления.
Как и любой гражданин, выступающий в качестве пользователя, фотожурналист имеет
права, перечисленные в статье 8 данного закона:
9 Получать достоверную информацию о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления,
10 не обосновывать необходимость получения запрашиваемой информации о дея-тельности государственных органов и органов местного самоуправления, доступ к которой не ограничен;
11 обжаловать в установленном порядке акты и (или) действия (бездействие) государственных органов и органов местного самоуправления, их должностных лиц, нарушающие право на доступ к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления и установленный порядок его реализации;
12 требовать в установленном законом порядке возмещения вреда, причиненного нарушением его права на доступ к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления.
Нередко фотожурналисту не дают вести съемку на том основании, что попадающие
в кадр объекты составляют государственную тайну.
Действительно, таких объектов немало, о них пойдет речь ниже. Но в статье 7 Закона «О государственной тайне» перечислено то, что таковой тайной не является и, следователь-но, может быть зафиксировано фотографом и распространено.
Итак, не подлежат отнесению к государственной тайне и засекречиванию сведения:
2 О чрезвычайных происшествиях и катастрофах, угрожающих безопасности и здоровью граждан, и их последствиях, а также о стихийных бедствиях, их официальных прогнозах и последствиях;
3 о состоянии экологии, здравоохранения, санитарии, демографии, образования, культуры, сельского хозяйства, а также о состоянии преступности;

4 о привилегиях, компенсациях и социальных гарантиях, предоставляемых государством гражданам, должностным лицам, предприятиям, учреждениям и организаци-ям;
о фактах нарушения прав и свобод человека и гражданина;
13 о размерах золотого запаса и государственных валютных резервах Российской Фе-дерации;
14 о состоянии здоровья высших должностных лиц Российской Федерации;
15 о фактах нарушения законности органами государственной власти и их должност-ными лицами.
Должностные лица, принявшие решения о засекречивании перечисленных сведений либо о включении их в этих целях в носители сведений, составляющих государственную тайну, несут уголовную, административную или дисциплинарную ответственность в зависимости от причиненного обществу, государству и гражданам материального и морального ущерба.
Граждане вправе обжаловать такие решения в суд.
Вопросы:

1. Какие правовые нормы вы сможете применить, если вам будут запрещать вести фотографирование?
2. На основании каких законов не может быть ограничена фотосъемка, цель которой информирование читателей о состоянии окружающей среды?
3. Нарушаете ли вы право гражданина на неприкосновенность его частной жизни, если фотографируете его на дачном участке с применением увеличивающей аппаратуры?

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. ФОТОЖУРНАЛИСТИКА
2. Тема практического (семинарского) занятия -
РАЗДЕЛ 1. Основы теории и истории фотожурналистики
3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний в сфере видеопроизводственных процессов.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие креатива и творчества. Сущность творчества. Творчество как процесс создания нового. Творчество в науке, творчество в искусстве. Предпосылки творчества. Условия для творчества. Что такое свобода творчества. Вдохновение. Творчество как работа: ремесло или нет. Создание коммуникативного и информационного продукта: творчество или ремесло.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы для самоподготовки:

1. Каковы исторические предпосылки изобретения фотографии?
2. Какие научные и социально-эстетические предпосылки способствовали возникновению фотографии?
3. Какое место занимает фотография в исторической и современной коммуникации?
4. Дайте определения фотографии и фотожурналистики.
5. В чем заключается главное отличие цивилизационных и культурных процессов развития фотографии и фототворчес тва?
6. В каком году и в каких событиях берет свое начало история фотографии?
7. Кто и в каких странах стоял у истоков изобретения фотографии? В чем были отличия первых технологий фотопроце сса?
8. С какой целью выполнялись первые фотографии?
9. Какой вклад внесли российские изобретатели и фотомастера в развитие фотографии и фототворчества?
10. Может ли фотография заменить живопись, рисунок и графику?
11. Каковы были первые шаги документальной социальной фотографии?
12. Какие годы XIX века можно назвать началом собственно фотожурналистики?

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического занятия дискуссия, контрольная работа, творческое задание

Темы контрольных

1. История развития фотожурналистики.
2. Основные жанры фотожурналистики и их особенности.
3. Фотозаметка как жанр фотожурналистики.
4. Фоторепортаж: особенности и примеры.
5. Фотопортрет как жанр фотожурналистики.
6. Фотоиллюстрация и её роль в журналистике.
7. Фотокорреспонденция: понятие и примеры.
8. Художественно-публицистические жанры фотожурналистики.
9. Информационно-публицистические жанры фотожурналистики.
10. Современные тенденции развития жанров фотожурналистики.

Практическое задание на тему «Основы теории и истории фотожурналистики»

Цель: Изучить основные принципы и историю развития фотожурналистики, научиться анализировать и критически оценивать фотоматериалы.

Задание:

1. Изучите теоретические основы фотожурналистики: понятие, цели, задачи, жанры, методы и приёмы.
2. Ознакомьтесь с историей развития фотожурналистики, начиная с её зарождения и до наших дней.
3. Проанализируйте несколько фотоматериалов (фотографии, фоторепортажи, фотоочерки) из разных исторических периодов, обращая внимание на следующие аспекты:

- Тема и идея материала.
- Композиция и кадрирование.
- Светотеневое решение.
- Эмоциональное воздействие на зрителя.
- Методы и приёмы, использованные автором.

4. Напишите эссе на тему «Развитие фотожурналистики в XX–XXI веках», в котором отразите основные тенденции и изменения в этой области.
5. Сделайте презентацию, посвящённую одному из известных фотожурналистов или фотоагентств, расскажите о его вкладе в развитие фотожурналистики.

Рекомендации:

- Используйте материалы из научных статей, книг, интернет-ресурсов.
- Анализируйте фотоматериалы разных жанров и стилей.
- При написании эссе используйте исторические факты, примеры из практики фотожурналистов.
- В презентации используйте фотографии, видеофрагменты, цитаты.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1
форма рубежного контроля – Эссе, Творческое задание
тема эссе
«**Массово-информационная природа фотожурналистики**»
Творческое задание
фотографировать в жанре репортажного портрета; планировать тематический фоторепортаж; создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, для размещения их на различных мультимедийных платформах.
«Портретная съемка».
ЗАДАНИЕ
Подготовить презентацию со своими работами в жанре «Портрет» (3-4 фотографии), объяснить какие исключения и изъяны есть у данного жанра.
Подготовить три фотоработы в разных жанрах фотожурналистики, а также придумать интересное название к ним «Грани фотореальности». (Формат фото А4).

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы

разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. ФОТОЖУРНАЛИСТИКА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

РАЗДЕЛ 2. Основы фототехники и фотосъемки.

Тема 2.1. Техника фотографии

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о написании сценария и проведения брифинга.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Методы создания креативного продукта. Типология методов. Метод мозгового штурма и его вариации. Правила мозгового штурма. Этапы мозгового штурма. Ошибки в процессе проведения. Как избежать ошибок. Метод шести шляп Эдварда де Боно. Ролевая модель де Боно. Варианты вопросов в каждой роли. Метод Уолта Диснея. Тройственная циклическая модель. Плюсы и минусы каждого варианта. Майнд меп как инструмент для креативной работы. Работа с ассоциациями. Техника записи идей. Программы в сети интернет для совместной работы в технике майндмепинга. Техника фрирайтинга как база для создания идей. Фрирайтинг как инструмент для запуска креативного процесса. Как записывать идеи	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема 2.1. Техника фотографии

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие основные компоненты входят в состав фотоаппарата и какие функции они выполняют?
2. Что такое экспозиция и как она влияет на качество фотографии?
3. Какие типы объективов существуют и для чего они используются?
4. Что такое ISO и как его изменение влияет на экспозицию?
5. Что такое баланс белого и как он настраивается?
6. Какие режимы съёмки существуют в современных фотоаппаратах и для каких ситуаций они подходят?
7. Что такое глубина резкости и как её можно контролировать?
8. Что такое диафрагма и как её изменение влияет на экспозицию и глубину резкости?
9. Что такое выдержка и как её изменение влияет на экспозицию и движение объектов на фотографии?
10. Что такое экспозамер и какие его виды существуют?
11. Что такое гистограмма и как её использовать для оценки экспозиции?
12. Что такое RAW-формат и чем он отличается от JPEG?

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия: Техника фотографии

Форма практического занятия дискуссия, контрольная работа

Темы контрольных работ

1. История развития техники фотографии.
2. Современные технологии в фотографии.
3. Цифровая фотография: преимущества и недостатки.
4. Аналоговая фотография: особенности и техника.
5. Техника портретной фотографии.
6. Техника пейзажной фотографии.
7. Техника спортивной фотографии.
8. Техника макросъёмки.
9. Техника ночной съёмки.
10. Техника съёмки с использованием искусственного освещения.

Тема практического занятия: Законы композиции в фотографии

Форма практического занятия: дискуссия, контрольная работа, практическое задание

Темы контрольных работ

1. Основы композиции в фотографии: основные элементы, влияющие на восприятие изображения, и их роль в пер едаче идеи фотографа.
2. Золотое сечение в фотографии: анализ применения правила золотого сечения для создания гармоничных композ иций.
3. Правило третей в фотографии: исследование эффективности правила третей при построении композиции кадра.
4. Динамическая симметрия в фотографии: изучение применения принципа динамической симметрии для создани я динамичных и сбалансированных изображений.
5. Уравновешивание элементов в фотографии: анализ методов достижения баланса в кадре через размещение объе ктов.
6. Контраст в фотографии: исследование роли контраста света и тени, цвета и текстуры в создании выразительных композиций.
7. Направляющие линии в фотографии: анализ использования линий для направления взгляда зрителя и создания динамики в кадре.
8. Текстуры в фотографии: исследование роли текстур в создании глубины и интереса к изображению.
9. Тени в фотографии: анализ использования теней для добавления объема и драматизма в кадр.
10. Зеркальное отражение в фотографии: исследование возможностей использования зеркальных отражений для соз дания уникальных и интересных композиций.

Практическое задание на тему «Законы композиции в фотографии»

Цель: Научиться применять законы композиции в фотографии для создания гармоничных и выразительных снимков.

Задание:

1. Выберите объект для съёмки (это может быть предмет, пейзаж, портрет и т. д.).
2. Определите, какие законы композиции вы будете использовать в своей работе.
3. Сделайте несколько кадров, применяя выбранные законы композиции.
4. Проанализируйте полученные результаты и определите, насколько успешно вам удалось примени ть законы композиции.
5. Сделайте выводы о том, как законы композиции влияют на восприятие фотографии.

Советы:

- Используйте правило третей для размещения объекта в кадре.
- Попробуйте создать динамичную композицию, используя диагональное расположение элементов.
- Обратите внимание на золотое сечение и его применение в фотографии.
- Экспериментируйте с ведущими линиями и их влиянием на композицию.
- Учитывайте визуальное равновесие и баланс в кадре.

Это лишь общие рекомендации, и вы можете адаптировать задание под свои потребности и интересы.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2
форма рубежного контроля – Эссе, Творческое задание
тема эссе
«Отражение в фотожанрах фотожурналистики авторского я»
Творческое задание

Творческое задание: Создание серии фотографий на заданную тему с использованием различных настроек камерыВам предстоит создать серию фотографий на заданную тему, демонстрируя различные настройки камеры и техники съёмки. Серия должна включать в себя не менее 5 фотографий, сделанных в разных условиях освещения и с разными настройками экспозиции, баланса белого, ISO и других параметров.Требования к выполнению задания:Изучите основы работы с камерой и настройки экспозиции.Выберите тему для серии фотографий, которая будет интересна вашей аудитории.Сделайте серию фотографий, демонстрирующих различные настройки камеры и техники съёмки.Проанализируйте полученные результаты и сделайте выводы о том, как разные настройки влияют на изображение.Оформите серию фотографий в виде презентации или портфолио.Это творческое задание позволит вам применить полученные знания и навыки на практике, а также развить свои творческие способности и умение анализировать результаты своей работы.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме

Написание реферата (доклада).

Требования к структуре реферата (доклада):

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210х297 мм). Интервал межстрочный – полуторный. Цвет шрифта – черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - www.antiplagiat.ru - (более 50% заимствований) работа не принимается.

Написание эссе.

Эссе – вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

.

1. Учебная дисциплина. ФОТОЖУРНАЛИСТИКА
2. Тема практического (семинарского) занятия -
РАЗДЕЛ 3. Обработка фотоматериала и подготовка его к публикации

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков подбора оборудования для создания видеоконтента.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Дельфийский метод. Эксперты, опросы, циклы. Аналитическая работа с методом отбора экспертов. Проведение опроса. Дистанционный опрос. ТРИЗ как результат аналитической работы. Варианты применения.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие основные этапы включает в себя процесс обработки фотоматериала?
2. Какие инструменты и программы используются для обработки фотографий?
3. Какие технические параметры необходимо учитывать при подготовке фотографий к публикации?
4. Как выбрать наиболее подходящие фотографии для публикации?
5. Какие критерии следует учитывать при оценке качества фотографии?
6. Как правильно подписать фотографию?
7. Какие правила оформления подписей к фотографиям существуют?
8. Как создать гармоничное сочетание текста и изображения?
9. Какие особенности следует учитывать при подготовке фотографий для печати?
10. Как адаптировать фотографии для публикации в интернете?

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Форма практического занятия дискуссия, контрольная работа, практическое задание

Часть 1. Теоретические вопросы

1. Какие основные этапы включает в себя обработка фотографий?
2. Какие существуют виды графических редакторов и чем они отличаются друг от друга?
3. Какие инструменты и функции используются для коррекции яркости и контрастности изображения?
4. Как осуществляется цветокоррекция фотографий и какие методы при этом применяются?
5. Что такое ретушь и реставрация фотографий и какие инструменты для этого используются?
6. Какие существуют сервисы и программы для создания визуальных эффектов в фотографиях?
7. Как подготовить фотографии к печати и какие параметры необходимо учитывать?
8. Как оптимизировать фотографии для публикации в интернете и какие требования при этом предъявляются?
9. Какие особенности обработки фотографий для социальных сетей, рекламы, портфолио и других целей?
10. Какие существуют сервисы и программы для совместной работы над фотографиями?

Часть 2. Практическое задание

Используя выбранный вами сервис или программу для обработки фотографий, выполните следующие задания:

1. Загрузите исходное изображение.
2. Проведите коррекцию яркости и контрастности изображения.
3. Выполните цветокоррекцию изображения.
4. Добавьте визуальный эффект к изображению.
5. Подготовьте изображение к печати.
6. Оптимизируйте изображение для публикации в интернете.
7. Сохраните результат в нужном формате.

Критерии оценки:

Правильность выполнения теоретических вопросов.
Качество выполнения практического задания.
Соблюдение сроков выполнения контрольной работы.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3
форма рубежного контроля – Эссе, Творческое задание
тема эссе
«Творческий багаж фотожурналиста»
Творческое задание
«Представить фотосерию одного дня из жизни…».
ЗАДАЧА
Составить план работы для данного задания. Можно работать одному или разделиться на пары. Придумать сценарий фотодня и воплотить его в фотореальность. Студент сам может выбрать себе тему. Примерные темы: «Один день из жизни студента». «За один день до собеседования на работу». «За день до
отпуска». «Моя семья» и т.д.

Творческое задание: Создание фотоистории на заданную темуВам предстоит создать фотоисторию на заданную тему, которая будет включать в себя следующие этапы:Выбор темы и сбор материала.Обработка фотографий с использованием различных техник и инструментов.Составление композиции и монтаж истории.Добавление текста и подписей к фотографиям.Публикация истории в социальных сетях или на собственном сайте.Тема фотоистории может быть любой, но она должна быть актуальной и интересной для вашей целевой аудитории.Требования к выполнению задания:Изучите основы обработки фотографий и подготовки их к публикации.Выберите тему фотоистории, которая будет интересна вашей аудитории.Соберите материал для фотоистории, сделав необходимые фотографии.Обработайте фотографии с использованием различных техник и инструментов.Составьте композицию и смонтируйте историю.Добавьте текст и подписи к фотографиям.Опубликуйте историю в социальных сетях или на собственном сайте.Это творческое задание позволит вам применить полученные знания и навыки на практике, а также проявить свою креативность и индивидуальность.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы
Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме

Написание реферата (доклада).

Требования к структуре реферата (доклада):

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210х297 мм). Интервал межстрочный – полуторный. Цвет шрифта – черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и

примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - www.antiplagiat.ru - (более 50% заимствований) работа не принимается.

Написание эссе.

Эссе – вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. Обработка фотоматериала и подготовка его к публикации

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков подбора оборудования для создания видеоконтента.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Дельфийский метод. Эксперты, опросы, циклы. Аналитическая работа с методом отбора экспертов. Проведение опроса. Дистанционный опрос. ТРИЗ как результат аналитической работы. Варианты применения.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие основные права и обязанности имеет фотожурналист?
2. Что такое служебное произведение в контексте фотожурналистики?
3. Каковы особенности использования фотографии в СМИ?
4. Какие существуют ограничения на ведение фотосъемки?
5. Как защитить авторские права на фотографию?
6. Что такое свободное использование фотографических произведений?
7. Какие виды договоров могут заключаться при использовании фотографии в СМИ?
8. Как осуществляется защита цифровой фотографии?
9. Каковы сроки действия авторского права на фотографические произведения?
10. Какие существуют способы использования фотографического произведения?

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

Форма практического занятия дискуссия, контрольная работа

Темы контрольных работ

1. История развития законодательства в области фотожурналистики.
2. Основные принципы авторского права в фотожурналистике.
3. Права и обязанности фотожурналиста в соответствии с законодательством.
4. Защита авторских прав на фотографии в интернете.
5. Особенности использования фотографий в СМИ.
6. Служебные произведения в фотожурналистике.
7. Договорные отношения в фотожурналистике.
8. Право на изображение гражданина в фотожурналистике.
9. Ограничения на ведение фотосъемки в общественных местах.
10. Судебная практика по делам о нарушении авторских прав на фотографии.
11. Международные стандарты в области фотожурналистики.
12. Роль цифровых водяных знаков в защите авторских прав на фотографии.
13. Авторский заказ на создание фотографий.
14. Этические аспекты фотожурналистики.
15. Правовое регулирование использования фотографий в рекламе.
16. Защита прав несовершеннолетних в фотожурналистике.
17. Особенности использования фотографий в социальных сетях.
18. Проблемы соблюдения авторских прав в условиях конвергентной журналистики.
19. Сравнительный анализ законодательства в области фотожурналистики в разных странах.
20. Перспективы развития законодательства в области фотожурналистики.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

форма рубежного контроля – Эссе, Творческое задание

тема эссе

«Отражение в фотожанрах фотожурналистики авторского я»

Творческое задание

Творческое задание: Создание плаката о правовых основах фотожурналистики

Вам предстоит создать плакат, который будет информировать общественность о правовых основах фотожурналистики. Плака т должен содержать следующие элементы:

Краткое описание основных прав и обязанностей фотожурналиста.
Примеры ситуаций, когда фотожурналист может столкнуться с правовыми вопросами.
Советы по соблюдению законодательства при съёмке и публикации фотографий.
Контактная информация организаций, куда можно обратиться за помощью или консультацией.
Плакат должен быть ярким, запоминающимся и содержать легко воспринимаемую информацию. Вы можете использовать илл юстрации, символы или другие визуальные элементы, чтобы привлечь внимание аудитории.
Требования к выполнению задания:
Изучите законодательство, регулирующее деятельность фотожурналистов.
Определите основные права и обязанности фотожурналистов.
Подберите примеры ситуаций, которые могут возникнуть в работе фотожурналиста.
Разработайте дизайн плаката, используя графические редакторы или другие средства.
Создайте итоговый вариант плаката и сохраните его в формате, пригодном для печати.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме

Написание реферата (доклада).

Требования к структуре реферата (доклада):

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210х297 мм). Интервал межстрочный – полуторный. Цвет шрифта – черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - www.antiplagiat.ru - (более 50% заимствований) работа не принимается.

Написание эссе.

Эссе – вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или практических занятиях, исходя из содержания заданий в

составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. Основы теории и истории фотожурналистики

Тема 1.1. ***История и развитие современной фотожурналистики***

Иллюстрации:


















Миномётчики во время осады Севастополя. Photo by Roger Fenton

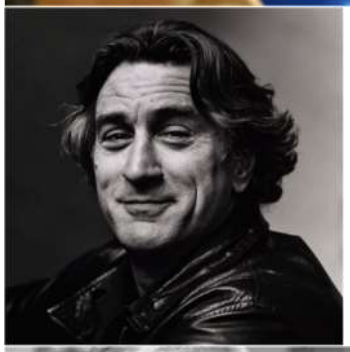


Тема 1.2. ***Жанры фотожурналистики***

Иллюстрации:











РАЗДЕЛ 2. Основы фототехники и фотосъемки.

Тема 2.1. Техника фотографии

Иллюстрации:

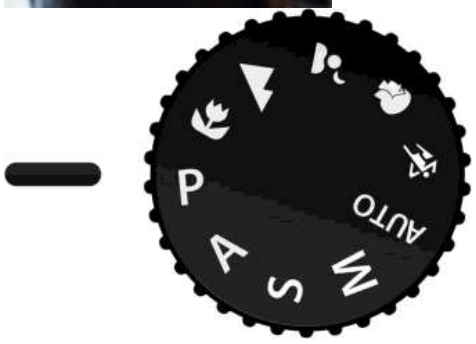











AUTO
M
S
A
P

Источник света	Цветовая температура в К
Чистое синее небо	9,000 - 15,000
Пасмурное небо	6,000 - 8,000
Полуденное солнце и чистое небо	6,500
Солнечный свет	5,400 - 6,000
Электронная вспышка	5,400 - 6,000
Домашнее освещение	2,500 - 3,000
200В лампочка	2,980
100В лампочка	2,900
75В лампочка	2,820
60В лампочка	2,800
40В лампочка	2,650
Пламя свечи	1,850 - 1,930



Тема 2.2. ***Законы композиции в фотографии***

Иллюстрации:







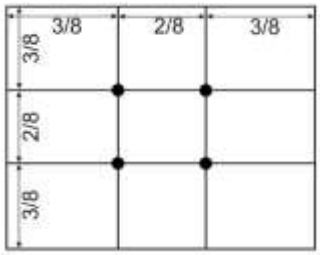






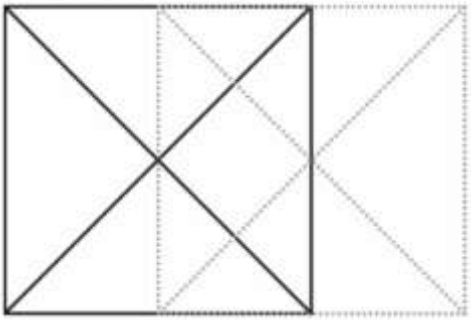





3/8
2/8
3/8
3/8
2/8
3/8

























РАЗДЕЛ 3. Обработка фотоматериала и подготовка его к публикации

Тема 3.1. ***Сервисы и программы для обработки фотографий***

Иллюстрации:



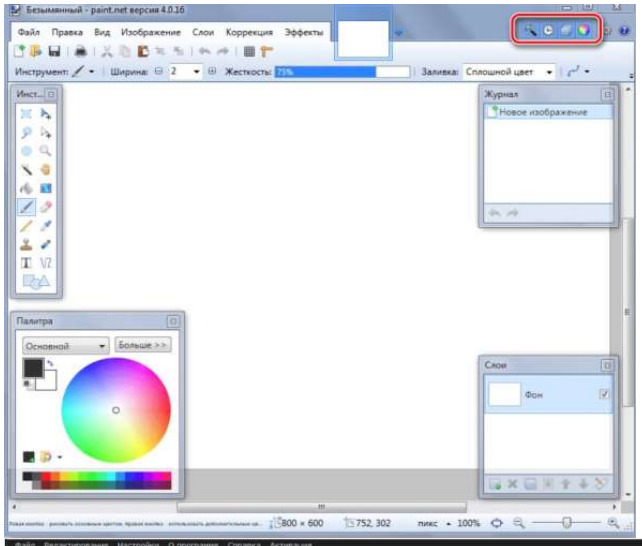


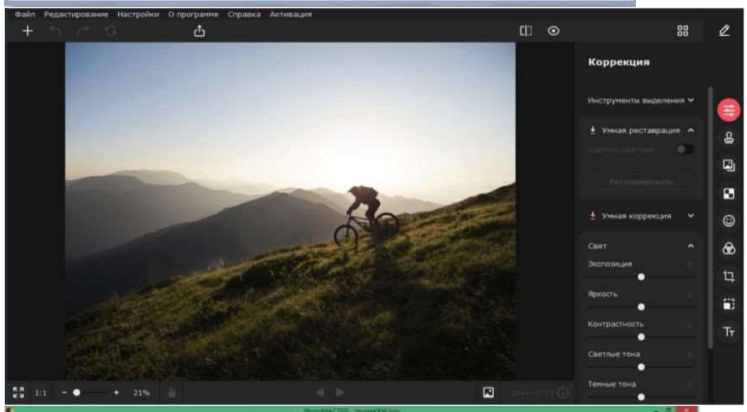



fotor
Camera
Edit
Photo Box
Settings
Power Bank. Now, Recharge Multiple Devices Anytime, Anywhere. Inquire!
Power Bank. Now, Recharge Multiple Devices Anytime, Anywhere. Inquire!
7532X1375
Brightness
Contrast
Saturation
Sharpen
Vignette
Enhance
Scenes
Adjust
Rotate
Fx Effect
Done

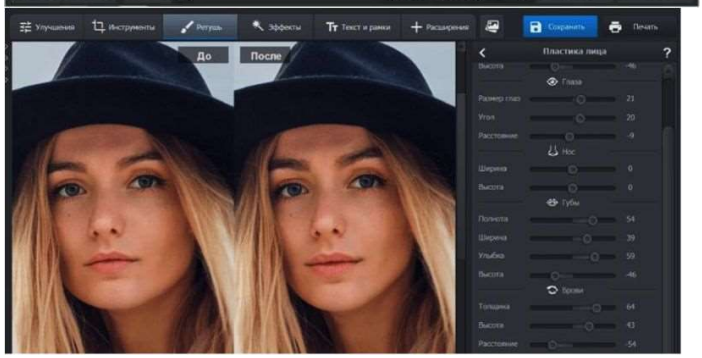


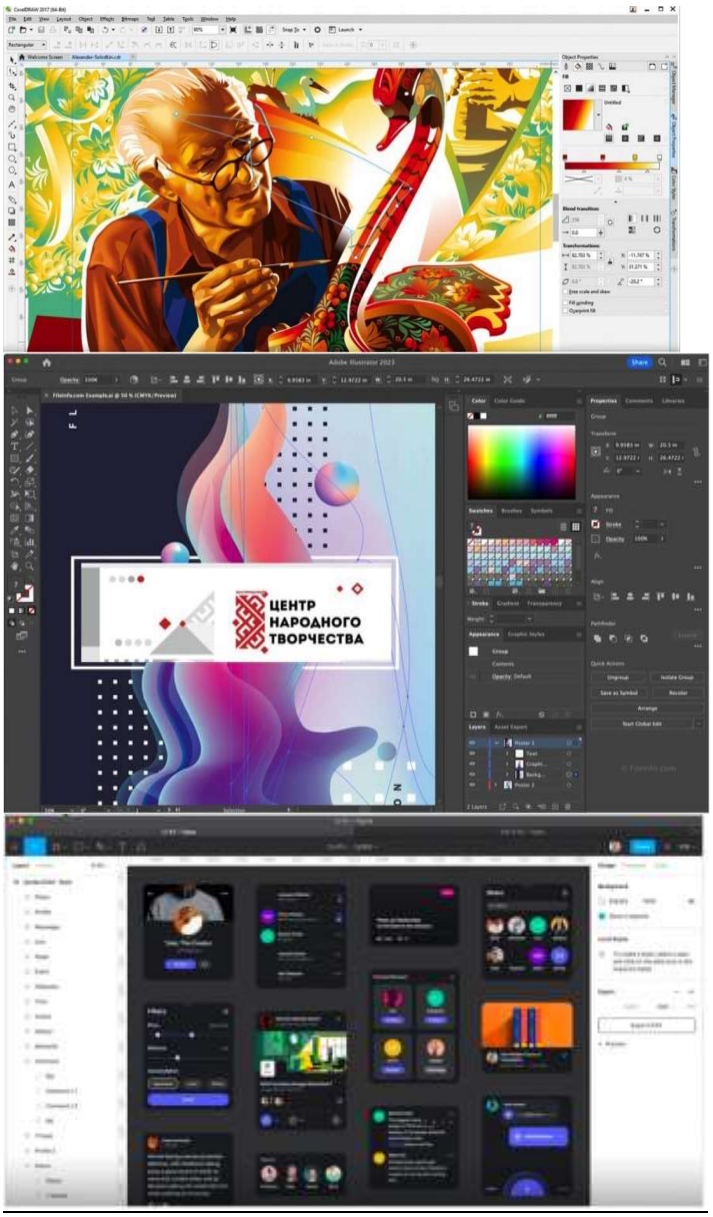



Безымянный - paint.net версия 4.0.16
Файл Правка Вид Изображение Слои Коррекция Эффекты
Журнал
Новое изображение
Палитра
Основной
Больше >>
Слои
Фон


Файл Редактирование Настройки О программе Справка Активация
Коррекция
Инструменты выделения
Умная реставрация
Умная коррекция
Свет
Экспозиция
Яркость
Контрастность
Светлые тона
Темные тона



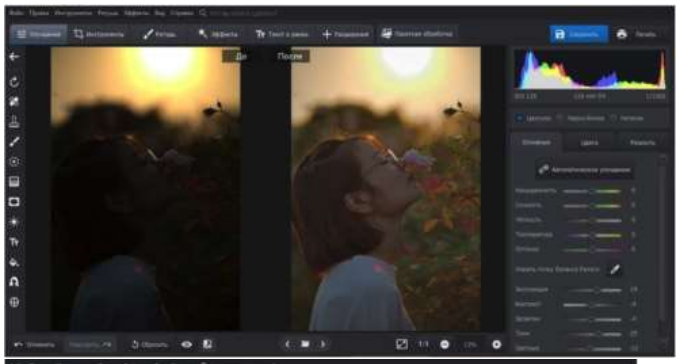

Улучшения
Инструменты
Ретушь
Эффекты
Текст и рамки
Расширения
Сохранить
Печать
До
После
Пластика лица
Глаза
Нос
Губы
Брови



Тема 3.2. ***Электронная обработка фотографий***

Иллюстрации:

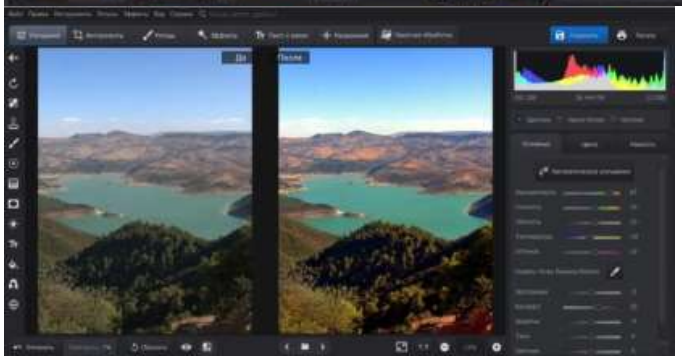








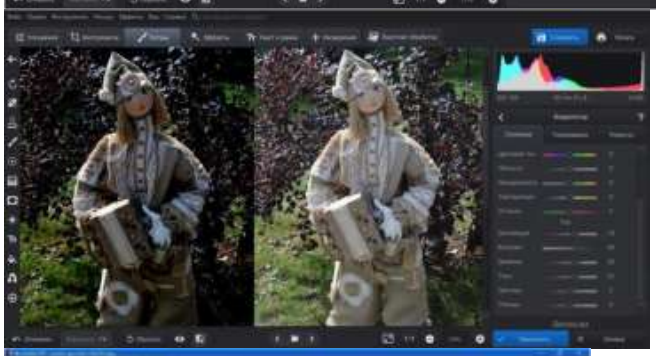




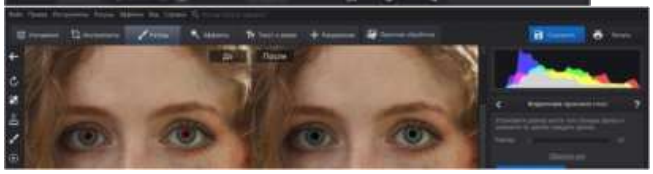














РАЗДЕЛ 4. Правовые основы фотожурналистики
Тема 4.1. Правовой статус фотожурналиста и фотография как объект авторского права
Не предусмотрены
Тема 4.2. Правовые основания и ограничения при ведении фотосъемки
Не предусмотрены

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПОДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ОСНОВЫ МЕДИАРИЛЕЙШНЗ

Направление подготовки
«42.03.02 Журналистика»

Направленность
Журналистика

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г..

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ,ПРАКТИЧЕСКИМ

1.1. Методические материалык проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация –педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качествесамостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
РАЗДЕЛ 1. Цели и задачи работы медиарилейшнз организации	
Тема 1.1. Медиарилейшнз как социально-коммуникационный процесс	Объективные предпосылки развития деятельности по взаимодействию организации с медиа. Основные этапы развития медиарилейшнз. Институционализация медиарилейшнз. Перечень изучаемых элементов содержания Коммуникация в обществе: понятие, типы и виды коммуникациолнных явлений. Журналистика как социальная сила и возможность ее влияние на сознание аудитории. Почему необходимо информировать о себе публику? Понятие «информационной открытости». Законодательные требования по данному вопросу.
Тема 1.2. Цели, задачи, направления	Основная и дополднительная цель медиарилейшнз. Базовые и ситуативные задачи медиарилейшнз. Как меняются задачи, исходя из типа организации. Направления деятельности медиарилейшнз в

медиарилейшнз	государственном и частном секторах. Медиарилейшнз и создание имиджа и репутации организации.
РАЗДЕЛ 2. Общая характеристика отечественной медиасистемы	
Тема 2.1. Составляющие части медиасистемы РФ	Печатные медиа: виды и характеристики. Современный рынок печатных медиа в РФ. Лидеры рынка печатных медиа. Телевизионные медиа. Структура телесмотрения. Программы и каналы-лидеры. Самые популярные сериалы: причина успеха.
Тема 2.2. Интернет-медиа как лидирующий сегмент медиасистемы	Интернет-медиа. Социальные сети. Сайты. Мессенджеры. Блоги и блогеры. Регулирование Интернета. Корпоративные сайты и паблики. Проблема корпоративной репутации в сети Интернет.

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям.Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх

отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться вразличных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений –навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика)– метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числавысказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действийобучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и

оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Цели и задачи работы медиа-рилейшнз организации

Тема 1.1. Медиарилейшнз как социально-коммуникационный процесс

Вопросы для самоподготовки

1. Что такое репутация
2. Понятия и основные характеристики имиджа.
3. Основные каналы восприятия имиджа.
4. Два главных направления создания имиджа
5. Компоненты структуры имиджа
6. Исторические традиции становления имиджмейкинга

Тема 1.2. Цели, задачи, направления медиарилейшнз

Вопросы для самоподготовки

1. Информационное обеспечение как направление деятельности в медиарилейшнз;
2. Экспертно-аналитическое обеспечение как направление деятельности в медиарилейшнз;
3. Консультативно-методическая работа как направление деятельности в медиарилейшнз;
4. Планирование и координация информационной политики; как направление деятельности в медиарилейшнз
5. Участие в создании творческих продуктов как направление деятельности в медиарилейшнз .

РАЗДЕЛ 2. Общая характеристика отечественной медиасистемы

Тема 2.1. Составляющие части медиасистемы РФ

Вопросы для самоподготовки

1. Печатные медиа

2. Информационные холдинги
3. Телевизионные медиа
4. Структура телесмотрения
5. Телевизионный рынок РФ

Тема 2.2. Интернет-медиа как лидирующий сегмент медиасистемы

Вопросы для самоподготовки

1. .Интернет-медиа.
2. Социальные сети.
3. Сайты.
4. Мессенджеры.
5. Блоги и блогеры.
6. Корпоративные сайты и паблики.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ИСАМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Общая теория коммуникации»* предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров,практических и лабораторных занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;

− внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

− запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

− постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту в области медицины общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и

систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач

или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;

- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;

– в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;

– знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;

– свободное владение терминологией;

– ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;

– единичные ошибки в терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;

– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;

– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

– незнание терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практическогозадания

При выполнении практическогозадания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практическогозадания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов.

Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятсяпреподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по учебной дисциплине.

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	**Максимальная рейтинговая оценка, баллов**
академическая активность	*10*
практические задания	*40*
из них: текущие практические задания	*20*

итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	**Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации**

19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

Если результат контроля успеваемости в рамках проведения контрольных мероприятий промежуточной аттестации (рубежный рейтинг обучающегося) неудовлетворительный (получено менее 13 рейтинговых баллов), то промежуточная аттестация по учебной дисциплине (модулю) невозможна даже при наличии высокого текущего рейтинга, полученного по итогам текущего контроля по учебной дисциплине (модулю).

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) ТЕХНОЛОГИИ БЛОГИНГА

Направление подготовки
«42.03.02 Журналистика»

Направленность
Журналистика

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г..

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. ЧТО ТАКОЕ БЛОГИ. ОСНОВЫ БЛОГГИНГА	
Тема 1.1. Теоретические основы блогинга	Технические основы работы в сети. Правовые основы работы в сети. Специфика различных соцсетей. Понятие личного бренда. Разновидности блогов и специфика каждой блог-платформы ВКонтакте - особенности создания и продвижения групп.. Standalone блоги – возможности и специфика. Дзен.Telegram
Тема 1.2 Жанровая специфика блогов.	Видеоблогер. Блогер-лидер мнений. Блогер-журналист. Особенности ведения блогов звездами шоу-бизнеса, спорта и т.п. Блогер в Telegram. Особенности «именных» Telegram каналов. Блогер-расследователь. Разновидности блогов и их специфика. Beauty и fashion блог. Кулинарный блог. Фитнес блог. Игровой блог. Про бизнес блог. Инженерный блог, образовательный блог, блог про науку, блог про технологии. Соотношение прав и возможностей блогера и журналиста.
РАЗДЕЛ 2. СОЗДАНИЕ БЛОГА	
Тема 2.1. Дизайн блога.	Основные правила подбора иллюстраций. Сочетания цветов. Использование графических элементов. Особенности ведения фотоблога. Значение фотографии в современном мире. Роль фотографии в блогинге. Фотографии со смыслом и для развлечения. Мобильные приложения для съемки фотографий. Понятие о коллаже. Цифровой фотомонтаж изображений.
Тема 2.2. Контент-план. Типы и виды контента.	Понятие «контент». Виды контента. Правила создания контента. Актуальность и уникальность как основные достоинства контента. Создание контента об актуальном событии. Виды актуального контента. Исправление ошибок. Размещение контента. Понятие «копирайтинг» в блогинге. Реарйтинг в блогинге. Этические нормы при подготовке контента.
РАЗДЕЛ 3 Программы для блогеров	
Тема 3.1. Текст, структура текста.	Виды текстов: новостная заметка, интервью, репортаж. Чтение и разбор текстов. Пользование редактором Word, программами Блокнот, Гугл-док, Орфография. Сервисы text.ru, https://orfogrammka.ru https://glvrd.ru/**.**
Тема 3.2. Основы работы в видео и фоторедакторах CupCut и photoshop express	Интерфейс программы. Инструмент «Разделить» и «Скорость». Инструмент «Удалить фон» и «Анимация». Инструмент «Стабилизация» и «Кадрирование». Инструмент «Звук». Инструмент «Текст». Инструменты «Стикеры» и «Наложение». Инструменты «Эффекты» и «Фильтры». Инструмент «Настройки» и «Холст». Работа с фотографиями, коллаж, импорт фотографий, редактирование фотографий, информация о фотографиях, открытие доступа к фотографиям. Вырезание объектов, удаление дымки, ретуширование и снижение уровня шума.
РАЗДЕЛ 4 Видеоблоги	
Тема 4.1. Основы фото и видео съёмки.	Правила съемок. Выбор ракурса. Работа с источниками освещения. Необходимое оборудование для видеоблога. Мобильные приложения для съемки видеоматериалов. Основные технологии создания, редактирования и обработка видеоматериалов
Тема 4.2. Продвижение блога	Оптимизация текста для поисковых систем. Установка и настройка профессиональной статистики для блога. SocialMediaMarketing. Правовые основы работы в сети интернет. Особенности продвижения корпоративного бренда в сети интернет. Мастерство написания заголовков. Разработка digital-стратегии для бизнеса. Теория сетевых сообществ. Контекстная реклама. Реклама блогера в социальных сетях

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной
работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции

оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Что такое блоги. Основы блоггинга
Тема 1.1. Теоретические основы блогинга
Вопросы для самоподготовки:

1. Блоги в Вконтакте
2. Блоги в Дзен
3. Блоги в Одноклассниках
4. Блоги в Telegram
5. Работа одновременно на нескольких площадках
6. Личный веб сайт
7. Блоги на условно-доступных площадках
8. Какие технические основы работы в сети.

9. Какие правовые основы работы в сети.
10. Какая специфика различных соцсетей.

Тема 1.2 Жанровая специфика блогов.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что значит личный бренд.
2. Какие разновидности блогов и специфика каждой блог-платформы
3. Что такое Standalone блоги

Раздел 2. Создание блога

Тема 2.1. Дизайн блога.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные правила подбора иллюстраций.
2. Сочетания цветов.
3. Использование графических элементов.
4. Особенности ведения фотоблога.

Тема 2.2. Контент-план. Типы и виды контента.

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие «контент».
2. Виды контента.
3. Правила создания контента.

Актуальность и уникальность как основные достоинства контента.

Раздел 3 Программы для блогеров

Тема 3.1. Текст, структура текста**.**

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие бывают виды текстов?
2. Чтотакое новостная заметка?
3. Что представляет под собой интервью
4. Что представляет под собой репортаж.
5. Для чего читать и разбирать тексты.
6. Для чего и как пользоваться текстовыми редакторами Word, программами Блокнот

Тема 3.2. Основы работы в видео и фоторедакторах CupCut и photoshop express**.**

Вопросы для самоподготовки:

1. Составление коллажей.
2. Исправление фотографии по средством цифровой обработки

Раздел 4 Видеоблоги

Тема 4.1. Основы фото и видео съёмки**.**

Вопросы для самоподготовки:

1. Роль фотографии в блогинге.
2. Мобильные приложения для съемки фотографий.
3. Правила мобильной фотографии

Тема 4.2. Продвижение блога**.**

Вопросы для самоподготовки:

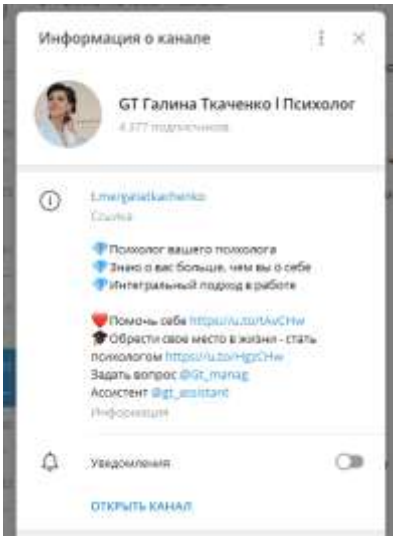
1. Установка и настройка профессиональной статистики для блога.
2. SocialMediaMarketing.
3. Правовые основы работы в сети интернет.
4. Особенности продвижения корпоративного бренда в сети интернет.
5. Мастерство написания заголовков.

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Что такое блоги. Основы блоггинга

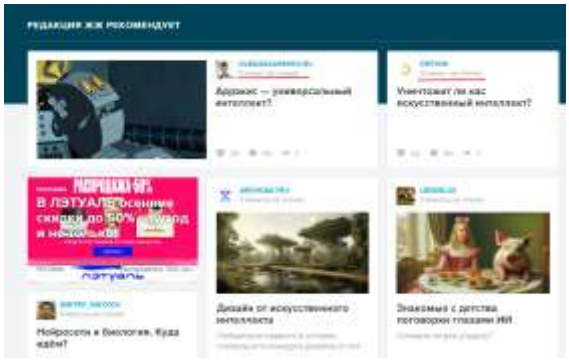
Тема 1.1. Теоретические основы блогинга


Style
Design
Food
Relationships
CUP OF JO
Travel
Motherhood
About
Joanna Goddard


Информация о канале
GT Галина Ткаченко | Психолог
Психолог вашего психолога
Знаю о вас больше, чем вы о себе
Интегральный подход в работе
Помочь себе
Обрести свое место в жизни - стать психологом
Задать вопрос
Ассистент
Уведомления
ОТКРЫТЬ КАНАЛ


МУЗЫКА
ВИДЕО
КОНЦЕРТЫ
КОНТАКТЫ
CS:GO VS FORTNITE


Популярное
Свежие
Тинькофф
Как Тинькофф использует алгоритмы Тиндера для развития клиентского сервиса: пример Manager-portfolio
ТИНЬКОФФ
Подписчики
Показать всех
Контакты







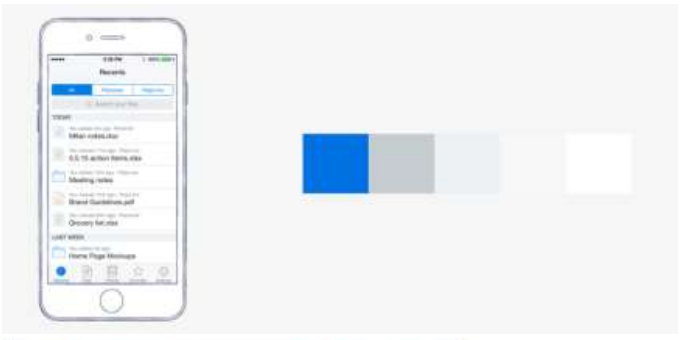
Тема 1.2 Жанровая специфика блогов.
Не преусмотрены
РАЗДЕЛ 2. Создание блога
Тема 2.1. Дизайн блога.













60%
30%
10%


NETTube
BEAUTIFUL FORM,
PERFECT FUNCTION.
GET
YOUR
BOUNCE
ON!


facebook
Asprey


SUMMER OBSESSION
iMac Pro
Power to the pro.
Dropbox



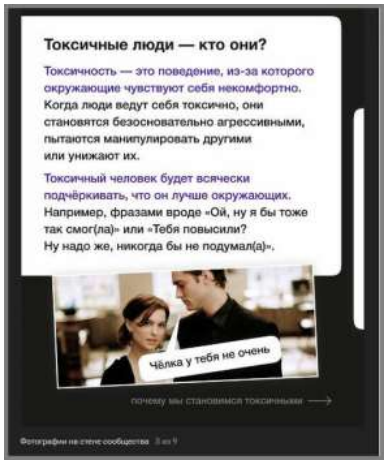


Тема 2.2. Контент-план. Типы и виды контента.









Выражение чувств

Британский педиатр и детский психоаналитик Дональд Винникотт был убежден, что в любом, даже в самом здоровом ребенке есть агрессия, и считал, что смысл первых лет жизни — в том, чтобы свободно выражать «плохие» чувства без угрозы потерять любовь и без страха возмездия.

Чтобы человек смог исследовать свой эгоизм и агрессию, ему нужно бросить вызов тому, кто способен его выдержать — то есть родителям. Если ребенок хочет всех вокруг уничтожить, задача взрослых — дать этому гневу выход, но устоять при этом самим. Тогда ребенок получит ценнейший опыт: можно спокойно проживать негативные эмоции и не разрушаться.

4

СберКот
17 сен 2022 в 10:00

Хеллоу!
Вот так бы я начал, увидев звонок от Куси, но не успел — она сразу сбросила. Эх, видимо снова закончились деньги на телефоне.

«Не дело» – подумали мы с Рыком и предложили Кусе простой лайфхак, который позволит оставаться всегда на связи и пополнять счёт в два клика 😎

Тут не нужно открывать сайты операторов, вспоминать пароли от личного кабинета, выходить на улицу и искать банкомат и вот это вот всё...

Если ты являешься клиентом Сбера, просто повторяй за мной:

Заходи в мобильное приложение Сбербанк Онлайн → «Платежи» → Мобильная связь → Выбор оператора → Вводи сумму и подтверждай платёж.

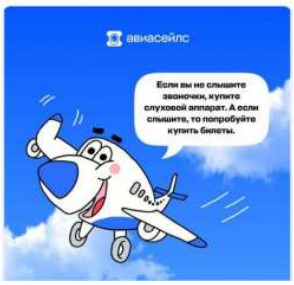
Проверни то же самое с оплатой мобильной связи для друга или попробуй по быстрой ссылке для себя: https://trk.mail.ru/c/i77wj7

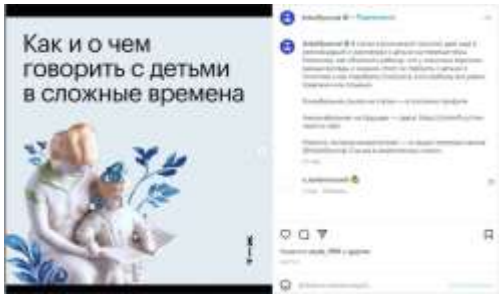
Рассказывай в комментариях, знал о такой опции?

P.S. Кстати, Кусе я уже соточку закинул, и вот мы снова обсуждаем, какой мем нам постить следующим 😍

wisnales
@wisnales

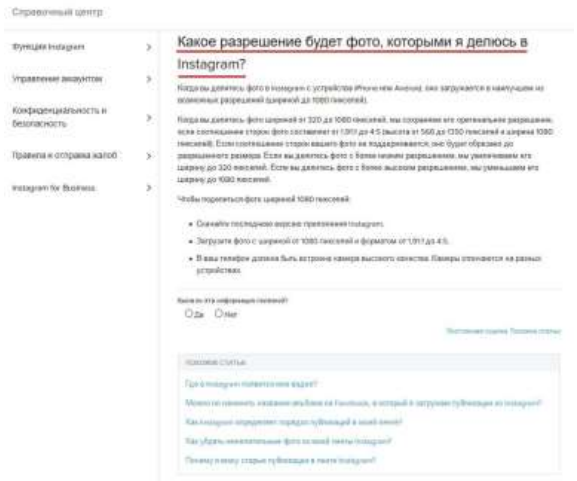
совет от Самолёши:





РАЗДЕЛ 3 Программы для блогеров

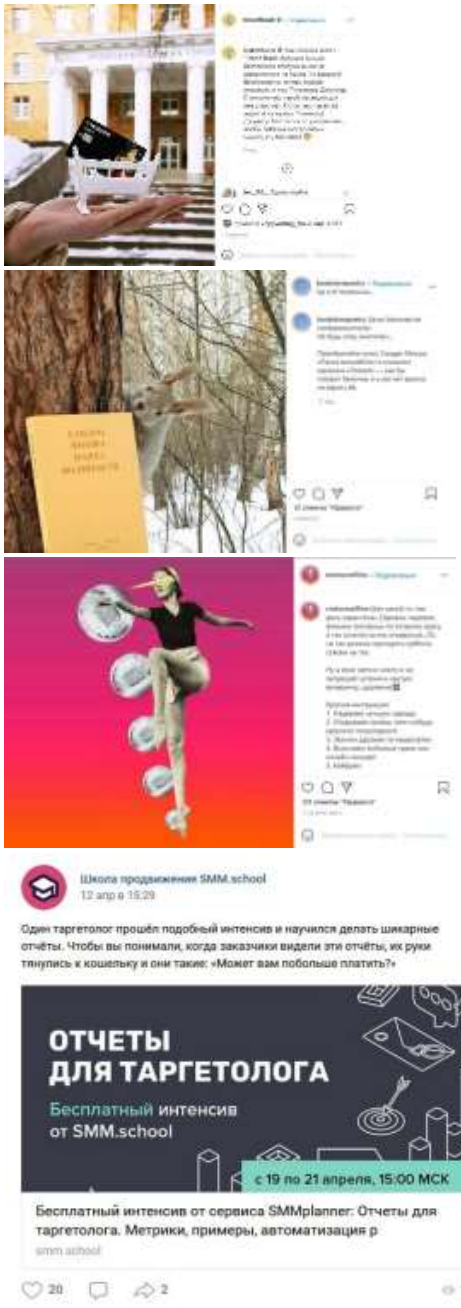
Тема 3.1. Текст, структура текста.











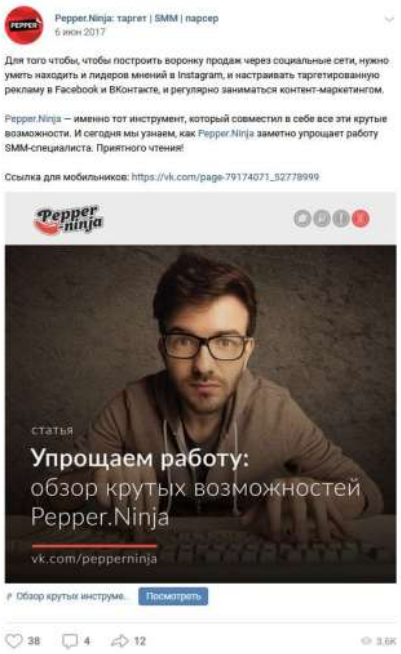
Школа продвижения SMM.school
12 апр в 15:29

Один таргетолог прошёл подобный интенсив и научился делать шикарные отчёты. Чтобы вы понимали, когда заказчики видели эти отчёты, их руки тянулись к кошельку и они такие: «Может вам побольше платить?»

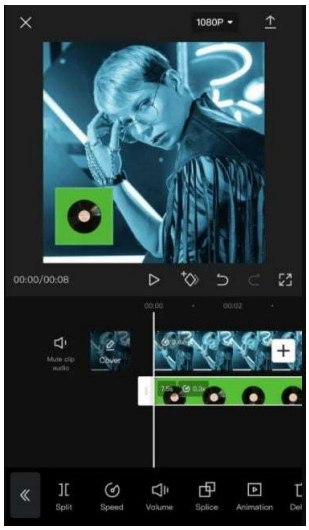
Бесплатный интенсив от сервиса SMMplanner: Отчеты для таргетолога. Метрики, примеры, автоматизация р

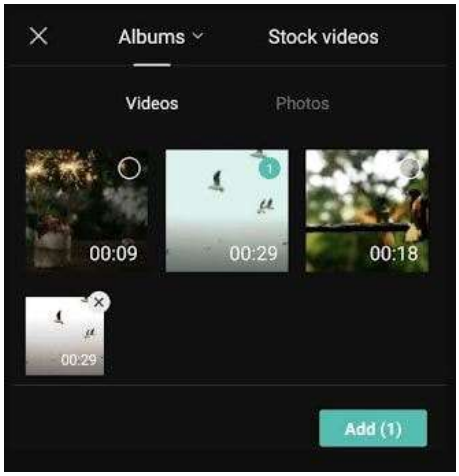
smm.school

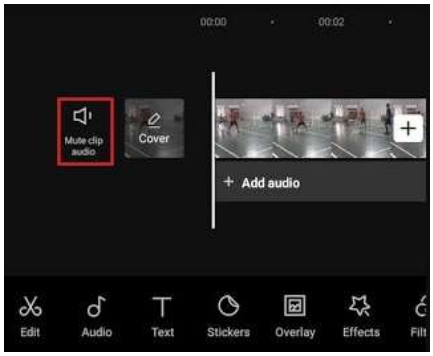
20 2 1.3K

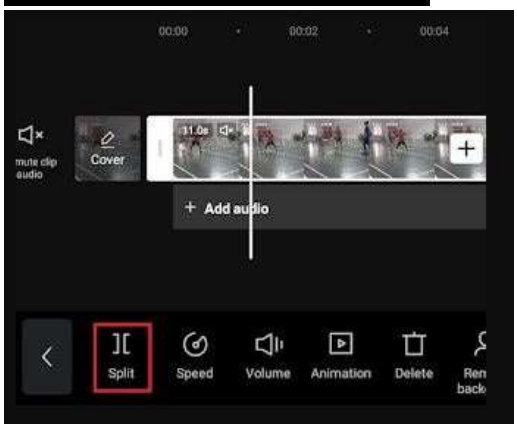


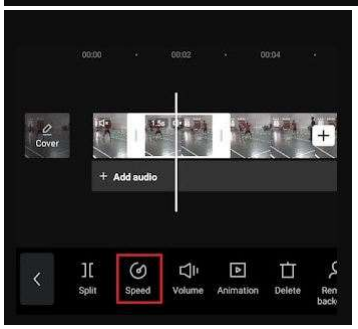
Тема 3.2. Основы работы в видеои фоторедакторах CupCut и photoshop express

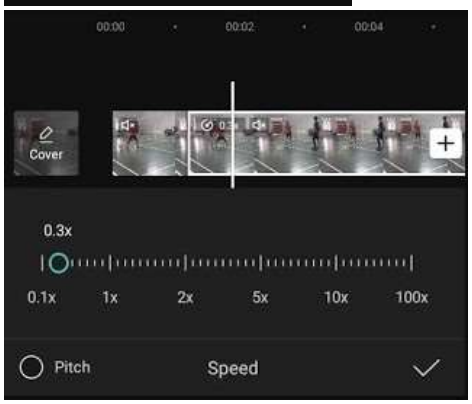












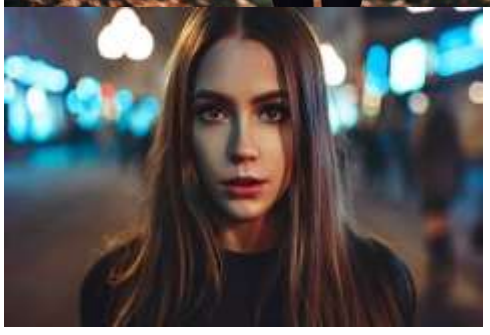
РАЗДЕЛ 4 Видеоблоги
Тема 4.1. Основы фото и видео съёмки











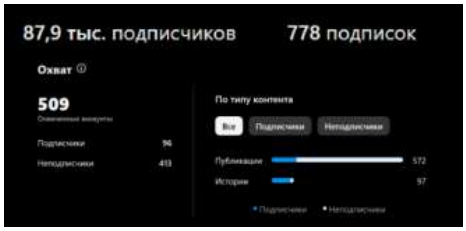


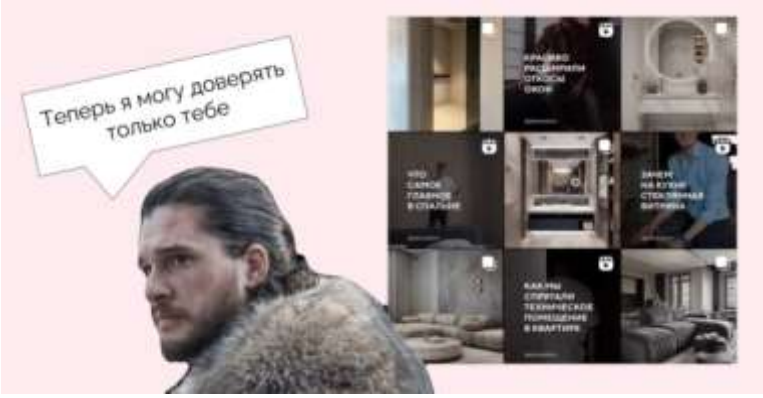




Тема 4.2. Продвижение блога






Теперь я могу доверять только тебе


T 50 m2
A 119 m2
K 85 m2
CH 52 m2
ЕРМЕНСАЙ
ЖК AMIR
ЖК NOMAD
DUMAN

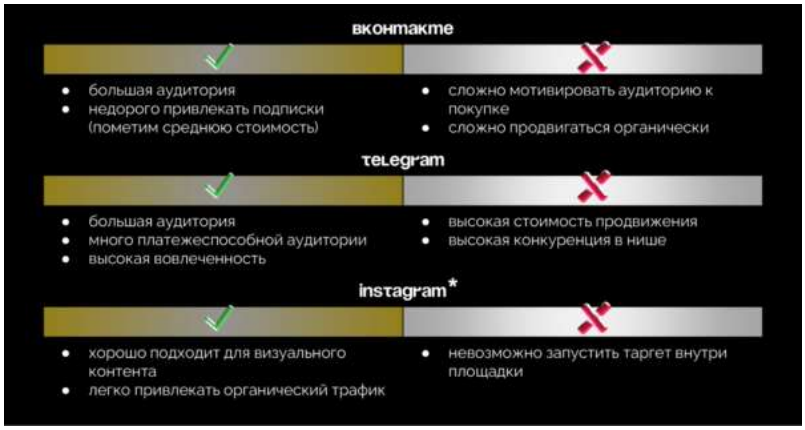

Работы
85
Публикации
1 578
Подписчики
5
Подписки
ЗОНДИРОВАНИЕ | КЛИНИКА | СПБ
•Мы — первый медицинский центр лечебного ДУОДЕНАЛЬНОГО ЗОНДИРОВАНИЯ в городе!
•Основатель @pole_poliny
•Запись в WhatsApp 8 812 679-40-17
•Сайт
ул. Демьяна Бедного 3, Saint Petersburg, Russia
jclinic.spb.ru


STORIES | DESIGNER

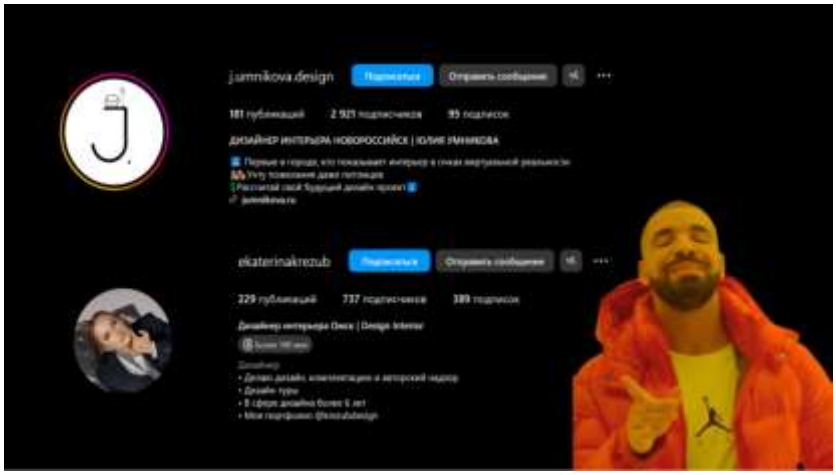


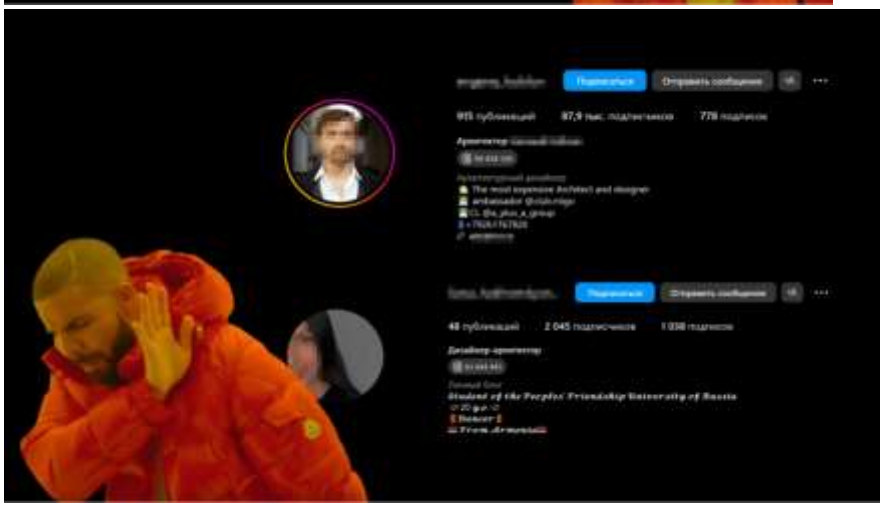



КОНТЕНТ

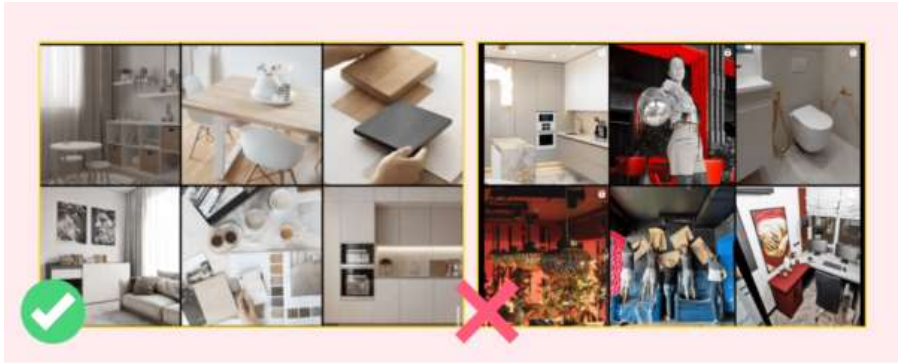

вконтакте
большая аудитория
недорого привлекать подписки (пометим среднюю стоимость)
сложно мотивировать аудиторию к покупке
сложно продвигаться органически
telegram
большая аудитория
много платежеспособной аудитории
высокая вовлеченность
высокая стоимость продвижения
высокая конкуренция в нише
instagram*
хорошо подходит для визуального контента
легко привлекать органический трафик
невозможно запустить таргет внутри площадки


Ваш род занятий, либо имя и фамилия если вас ищут по ним
Креативное название блога
Чем вы занимаетесь, УТП
Чем вы занимаетесь вне работы, хобби
Почему вам стоит доверять
Отвлеченная информация
Ссылку на продукт, таплинк
Ссылку на другие соцсети
итоге
Дизайнер интерьера | Москва
Подготовлю проект квартиры за 3 дня
В портфолио 350+ работ
Мой сайт с советами по ремонту: example.ru
Анюта PRO дизайн
Мама двух ангелочков и дизайнер
Подпишись на блог
Мой канал о готовке: example.ru

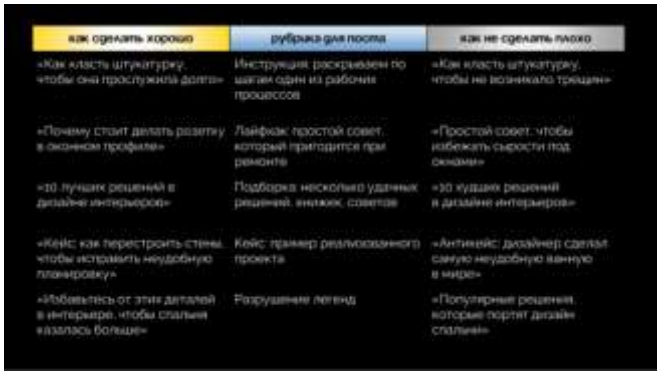

jumnikova.design
Подписаться
Отправить сообщение
101 публикаций
2 921 подписчиков
95 подписок
ДИЗАЙНЕР ИНТЕРЬЕРА НОВОРОССИЙСК | ЮЛИЯ ЮМНИКОВА
ekaterinakrezub
329 публикаций
737 подписчиков
389 подписок


915 публикаций
97,9 тыс. подписчиков
778 подписок
48 публикаций
2 045 подписчиков
1 038 подписок







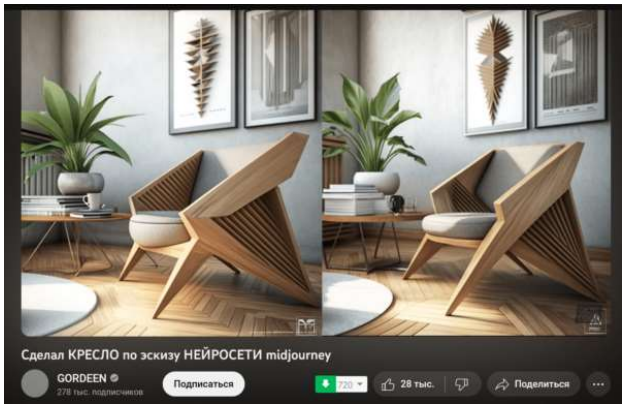


как сделать хорошо	рубрика для поста	как не сделать плохо
«Как класть штукатурку, чтобы она прослужила долго»	Инструкция: раскрываем по шагам один из рабочих процессов	«Как класть штукатурку, чтобы не возникало трещин»
«Почему стоит делать розетку в оконном профиле»	Лайфхак: простой совет, который пригодится при ремонте	«Простой совет, чтобы избежать сырости под окнами»
«10 лучших решений в дизайне интерьеров»	Подборка: несколько удачных решений, книжек, советов	«10 худших решений в дизайне интерьеров»
«Кейс: как перестроить стены, чтобы исправить неудобную планировку»	Кейс: пример реализованного проекта	«Антикейс: дизайнер сделал самую неудобную ванную в мире»
«Избавьтесь от этих деталей в интерьере, чтобы спальня «казалась больше»	Разрушение легенд	«Популярные решения, которые портят дизайн спальни»





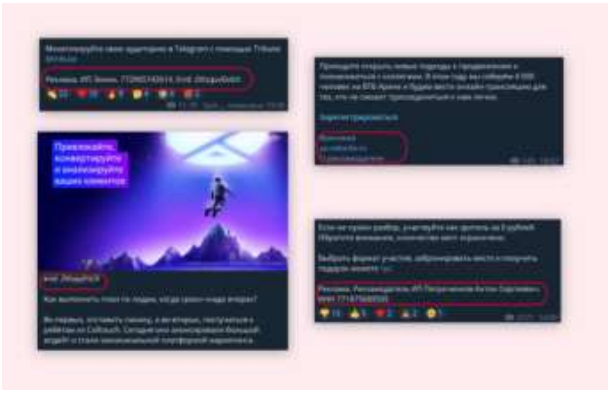


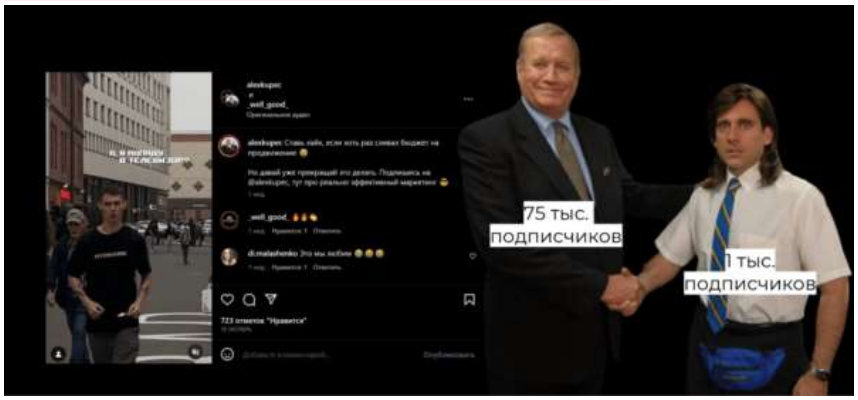


instagram	вконтакте	telegram
Продвинутый рекламный кабинет, с которым можно выставлять точные настройки аудитории	Самая дешёвая реклама из всех перечисленных соцсетей	Можно продвигаться на подписчиков профильных каналов и переманивать их в свой блог
Можно автоматически комбинировать разные сочетания текста и иллюстрации, чтобы протестировать эффективность	Правила площадки позволяют рекламировать сторонние платформы — можно незадорого привлекать подписчиков в Telegram	
минусы		
Не получится запускать рекламу из России и на российскую аудиторию	Настраивать аудиторию лучше с помощью сторонних сервисов — скорее всего, потребуется специалист	Минимальный рекламный бюджет для создания кабинета — 3000 евро. Через партнерские агентства — 1500 евро
Рекламный кабинет часто блокируют	Рекламный кабинет перестраивают: новая версия работает нестабильно	Рекламный кабинет работает не так давно — интерфейс неудобен для продвижения

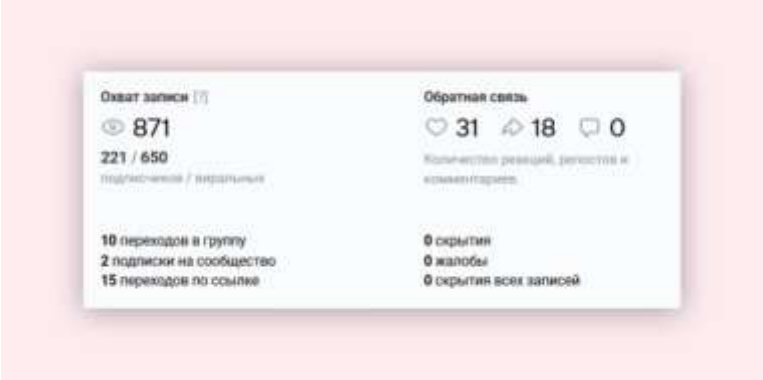


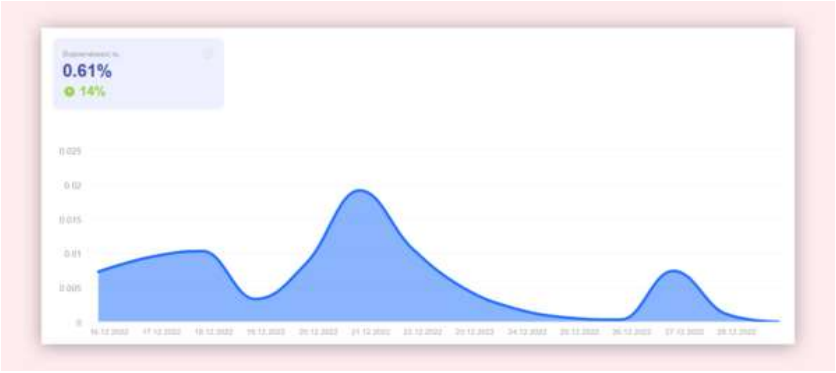

Subscribers number growth
week
month
year
all period
D
W
M
TGStat.com




75 тыс.
подписчиков
1 тыс.
подписчиков







2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Технологии блогинга» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение

требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе

обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;

– в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;

– знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;

– свободное владение терминологией;

– ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;

– единичные ошибки в терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;

– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;

– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

– незнание терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. ТЕХНОЛОГИИ БЛОГИНГА
2. Тема лекционного занятия.
Раздел 1. Что такое блоги. Основы блоггинга
Тема 1.1. Теоретические основы блогинга
3. Цели занятия.
Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере визуальных решений в блогосфере, обучение системному подходу в рамках визуализации, с их последующим применением в профессиональной деятельности.
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Виды социальных сетей. Особенности работы в различных социальных сетях. Аудитория социальных сетей.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)
Текст лекции.

1. Раздел 1. Основы поведения потребителей. Принятие решения о покупке
Тема 1.1. Сущность и модель покупательского поведения. Потребности и потребители
Тема 1.1. Теоретические основы блогинга

Перечень изучаемых элементов содержания
1. Виды социальных сетей.
2. Особенности работы в различных социальных сетях.
3. Аудитория социальных сетей.
4. Построение контент анализа блога.

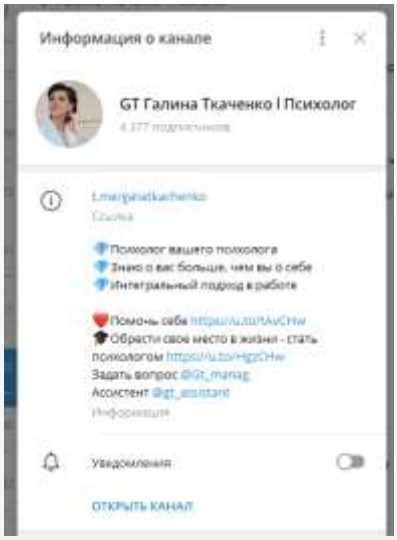
Блогинг (blogging) — это процесс создания и ведения своего блога. По сути, блогинг — это деятельность, которая направлена на привлечение заинтересованной аудитории путем регулярной публикации контента.

Зачем и кому нужен блогинг
Блогинг может быть полезен как для разных категорий людей, так и для компаний из разных сфер:
Обычные пользователи могут вести блоги для удовольствия и в качестве хобби, чтобы делиться своими мыслями, чувствами, воспоминаниями, доносить информацию, которую считают важной, находить единомышленников. В случае обретения популярности блог может стать для автора дополнительным или основным источником дохода.



Блог Cup of Jo был создан Джоанной Годдард в качестве хобби в 2007 году. В блоге она делилась своими мыслями на темы стиля, дизайна, путешествий. Сейчас у сайта более 1 млн уникальных посетителей в месяц

Экспертам блоги помогают продвигать личный бренд, демонстрировать свои достижения, показывать себя как специалистов, привлекать клиентов, партнеров и работодателей.



В экспертных блогах, как правило, публикуют полезный образовательный контент, дают рекомендации по темам, в которых автор блога хорошо разбирается

Селебрити ведут блоги для того, чтобы поддерживать связь с поклонниками. На своих личных страницах они делятся мыслями и событиями, которые происходят в жизни, анонсируют мероприятия.



Иногда звезды могут публиковать и немного неожиданный для аудитории контент. Например, Егор Крид ведет видеоблог, в котором публикует бэкстейджи со съемок клипов и ведет игровые стримы в Twitch

Компании используют блоги, чтобы привлекать новых клиентов и поддерживать связь с текущими, увеличивать узнаваемость, рассказывать об акциях и предложениях, демонстрировать экспертность.



У блога «Тинкофф» на VC.ru более 21 тыс. подписчиков. В нем банк делится материалами с прошедших мероприятий, рассказывает о продуктах

Виды блогинга

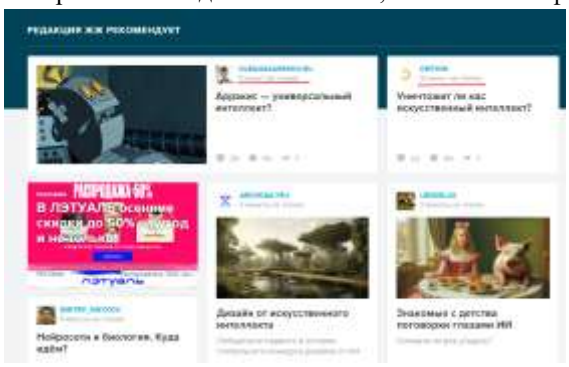
В зависимости от целей выделяют два вида блогинга:

Личный блогинг, где основная цель автора — самовыражение. Здесь нет конкретной цели заработать. Автору важнее делиться с аудиторией идеями, доносить свою позицию и опыт, что не отменяет того, что со временем авторские блоги могут начать приносить прибыль, если блогеру удастся привлечь много подписчиков.

Коммерческий блогинг. Такие блоги изначально нацелены на монетизацию. Чаще всего их создают компании для продвижения своих товаров и услуг.
Ведение коммерческого блога является частью маркетинговой стратегии и важным маркетинговым инструментом для продвижения. Для создания контента анализируют целевую аудиторию, ключевые слова, подбирают те форматы, которые смогут привлечь потенциальных клиентов, привести к увеличению продаж.
Составляющие успешного блогинга
Разберем детальнее, что нужно для того, чтобы блогинг помогал достичь поставленных автором целей.
Целевая аудитория
Главная ценность блога — вовлеченные подписчики. Если автор еще не завел аккаунт ни на одной платформе и пока только ищет площадку для самовыражения, то первое, что нужно сделать, — изучить целевую аудиторию. Для этого необходимо ответить на вопросы:

- Кто потенциальные читатели или зрители контента? Их пол, возраст, род деятельности, образование.
- Чем интересуются эти люди? Какие ценности разделяют?
- Что беспокоит представителей целевой аудитории?
- На каких площадках можно встретить этих людей?

После того, как будут получены ответы на эти вопросы, блогеру нужно соотнести ответы со своими знаниями и интересами. Это даст понимание, на какой платформе вести блог и какой контент готовить.



Например, на LiveJournal все еще хорошо заходят длинные обстоятельные тексты, аудитория хочет и готова их читать

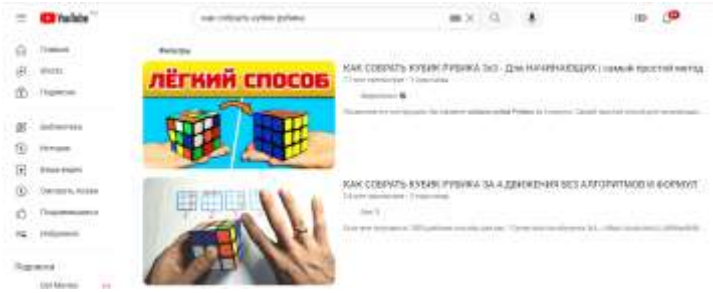


А чтобы прославиться в YouTube Shorts или «Клипах ВКонтакте», придется научиться придумывать, снимать и монтировать короткие видеоролики
Контент
Чтобы привлекать целевую аудиторию, блог должен иметь четкую тематическую направленность. Охватить в одном блоге лучшие места для путешествий, кулинарные рецепты на скорую руку и советы по детской психологии, наверное, можно. Однако чтобы удерживать внимание подписчиков, лучше сосредоточиться на чем-то конкретном.



Если пользователи подписываются на канал с рецептами, вряд ли им будет интересно то, что думает автор по поводу мировой политики и футбола. А вот советы, как отмыть посуду от теста, придутся кстати, так как эта тема входит в интересы целевой аудитории
Что еще важно учитывать:

- Регулярность публикаций. Если контент появляется редко, текущие подписчики начнут со временем отписываться, а новые просто не появятся.
- Качество контента. Публикации, будь то посты, статьи или видеоролики, должны быть содержательными, интересными, полезными. Конкуренция среди блогеров высокая, поэтому значение имеет каждая деталь: и текстовое наполнение, и качественная картинка.
- Поисковая оптимизация. Чтобы повысить видимость блога в результатах поиска и привлечь больше потенциальных подписчиков, следует освоить хотя бы на базовом уровне основы поисковой оптимизации.



Даже YouTube ранжирует видео по ключевым словам, поэтому если автор хочет, чтобы его ролик появлялся в поиске, придется научиться подбирать ключевики и прописывать теги

Блоги подходят и для узких и скучных тем — главное, сделать контент интересным. В текстовом блоге помогут мемы, иллюстрации, гифки, заголовки, которые вызовут эмоции читателей.

Во влоге можно регулярно выкладывать разные форматы контента, например интервью, обзоры, туториалы, стримы, подкасты.

Как уже говорилось выше, платформу следует выбирать, учитывая предпочтения целевой аудитории и собственные интересы и возможности. Автору следует подумать, какая площадка будет удобна, какой тип контента будет преобладать: фото, видео или тексты. И отталкиваться от ответов на эти вопросы.

Социальные сети («ВКонтакте», запрещенный в России Instagram*, «Одноклассники»)**.** Подойдут в качестве площадки для блога большинству начинающих блогеров. Они удобны и бесплатны. Здесь можно публиковать и фотографии, и видеоролики, и посты, и подробные статьи и обзоры.

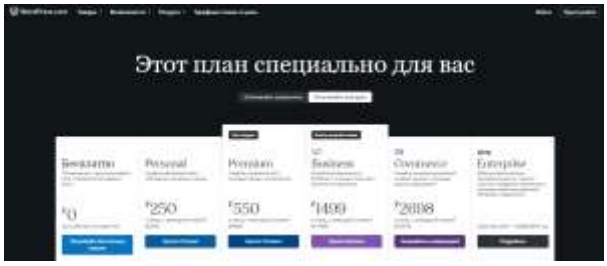


Еще одно преимущество соцсетей — огромная аудитория с разнообразными интересами, поэтому здесь можно вести блоги на самые разные темы. Здесь зайдут посты и о рукоделии, и о дизайне, и моде, и о путешествиях

Из недостатков блогинга в соцсетях можно отметить регулярно меняющиеся алгоритмы показа постов, высокую конкуренцию и ограниченный функционал. Начинающему автору придется постараться, чтобы выделиться и с нуля привлечь подписчиков.

Блог-платформы. Также можно завести блог на одной из платформ, предназначенных специально для блогинга (LiveJournal, Blogger, WordPress, Medium, «Дзен» и т.д.). Такие площадки имеют удобную навигацию, возможность настройки кастомизированного дизайна и функционала, интеграцию с соцсетями.

Блог-платформы больше подходят для текстового контента, но видео и фото там тоже можно размещать.



Большинство блог-платформ бесплатны, но некоторые, например, WordPress имеют платные тарифы с расширенным функционалом

Собственный сайт. Еще один вариант платформы для блогинга — собственный сайт. Его можно настроить по своему вкусу, разработать уникальный дизайн, оптимизировать под поисковые системы.

Свой сайт проще монетизировать,чем блог в соцсетях, так как владелец может подключить внешние рекламные системы (например РСЯ), использовать партнерские программы, давать прямую рекламу.

Из недостатков — разработка собственного сайта потребует финансовых вложений. Кроме того, владельцу площадки придется самостоятельно заботиться о хостинге, безопасности и обновлениях сайта. Поэтому прежде чем выбрать такой вариант, следует реально оценить свои возможности.

1. ВИДЫ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ.

Социальная сеть — это социальная структура, состоящая из узлов (обычно это лица или организации) которые связаны одним или более типами взаимозависимости, такими, как ценности, взгляды, мнения, идеи, дружба, финансовые взаимоотношения, конфликты, торговля и так далее.

Аналитики социальных сетей оперируют терминами «узлы» и «связи». Узел — это отдельный актор в пределах этой сети, связи — это отношения между узлами. Модель социальной сети может быть очень сложной: они включают в себя самые разные уровни связей от семейных до национальных и общечеловеческих. Социальные сети играют важную роль в том, как люди решают проблемы (например, выбор товара), функционируют организации, происходит личностный рост и развитие, обучение.

Социальные сети — явление новое, но ему предшествовал ряд философских концепций во многих культурах. Например, китайская концепция guanxi, подразумевающая использование личного влияния. Это сложное понятие, обозначающее связь между двумя людьми, в которой один может что-то сделать для другого. Например, о ком-то можно сказать, что у него «хорошее guanxi», если их сеть общения может оказаться полезной в решении обсуждаемого вопроса. Эту концепцию связывают с понятиями «общества», Gemeinschaft, Тённиса, — в котором индивиды более ориентированы на соблюдение интересов общества, чем собственных. Есть также распространенное на Среднем Востоке понятие Wasta, означающее по-арабски «те, кого вы знаете», ваши связи, которые вы можете использовать для того, чтобы достичь чего-либо.

В самой простой форме социальная сеть это карта всех релевантных связей между узлами. Социальную сеть часто изображают как диаграмму, где точки — это узлы, а линии — связи между ними.

Сейчас социальная сеть перестала быть просто метафорой, и породила в ветвь аналитических подходов. Это отражает тенденцию к пониманию общества как состоящего из групп, а не индивидов. При рассмотрении общества как совокупности индивидов, структура получается дискретной. Тогда как понимание общества как системы социальных сетей не имеет подобных пробелов, так как фокусируется на установлении связей, а не различий. В отличие от теорий, которые полагают, что социальные нормы определяют поведение, сетевой анализ подразумевает, что структура и композиция связей влияют на нормы и установки. Для анализа социальных сетей различия между индивидами, то, что делает их индивидуальностями, — несущественно, так как это уже относится к области личной психологии и других подобных дисциплин. Для социологии же важнее то, в чем люди сходятся, что формирует их групповое поведение, как устроены связи. Подход социальных сетей очень оптимистичен, так как не принимает ни сторону индивидуалистов, ни сторону коммунистов, не утверждая примат ни личности, ни общества. Социальная сеть — это та модель, которая позволяет определить наиболее вероятные шаблоны поведения групп, при этом не отрицая возможности индивидов влиять как на свою собственную судьбу, так и на взгляды и поступки большинства (лидеры мнений).

Форма социальной сети во многом определяет ее полезность для индивида. Закрытые сети с меньшим количеством индивидов в них, менее полезны, чем открытые сети с множеством слабых, случайных связей с членами вне сети, с другими сетями. В такие большие сети легко войти, легко найти нужную информацию, там появляются новые идеи и инструменты. Кроме того, человеку выгоднее участвовать в нескольких социальных сетях, чем состоять только в одной.

Модель социальной сети использовалась, например, для изучения распространения эпидемий, и показывала, как паттерны межличностных отношений ускоряют или замедляют распространение болезней, таких как СПИД. Другая теория, теория распространения инноваций, исследует роль социальных сетей в распространении новых идей и техник. Лидеры мнений социальных сетей часто играют в этом процессе первостепенную роль.

Параметры анализа социальных сетей

Промежуточность

Насколько узел находится между других узлов. Этот параметр включает в себя активность соседних узлов и показывает интенсивность непрямых связей узла.

Мост

Связь называется «мостом», если ее удаление оставит конечные ее точки в разных компонентах графа.

Центральность

Этот параметр дает приближенное представление о том, насколько важен данный узел для сети. «Центральность» измеряется «близостью», «нахождением между» и «степенью».

Централизация

Различие линков каждого узла разделенное на максимально возможную сумму различий. Если сеть централизована, то все ее линки собраны вокруг нескольких центральных узлов. В децентрализованной сети количество линков каждого узла примерно одинаково.

Близость

Насколько один человек близок ко всем остальным членам сети.

Коэффициент кластеринга

Вероятность того, что две связи одного узла окажутся, в свою очередь, связаны между собой.

Сцепление

Группу называют «группировкой» («кликой») если каждый из ее членов связан с любым другим прямой связью, а сети с менее строгими прямыми связями обычно называют «социальными кругами», это неточное название. Более точное — «структурно сцепленные» блоки.

Уровень

Количество связей с другими акторами сети, «геодезическое расстояние»

Локальный мост

Связь является локальным мостом, если узлы, которые она связывают, не имеют общих соседей.

Доступ

Насколько каждый член сети может войти в контакт с другим членом сети.

Социальные сети в интернете

В социальной сети обычно значимы следующие атрибуты.

- Идентичность. Кто ты? (на этот вопрос обычно отвечают пользовательская картинка (аватар), имя пользователя, анкета)
- Репутация. Что люди о тебе думают (стена отзывов на «Вконтакте», система репутаций на LiveInternet)
- Присутствие. Где ты? (в каких группах состоишь, где находишься сейчас)
- Отношения. С кем ты связан? Кто твой друг, кто враг? Для кого открыты твои записи?
- Группы. Как ты организуешь свои связи («френдлента», группы)
- Разговоры. Что ты обсуждаешь с другими? Насколько ты активен?
- Польза. Что ты отдаешь, какую лепту вносишь в сообщество, что делаешь доступным для других?

Примеры интернет-платформ социальных сетей

Интернет-платформы социальных сетей не имеют четкой географической привязки, но есть некоторые тенденции — наприме, MySpace более популярен в США, Bebo — в Великобритании, Skyrock — в континентальной Европе, Orkut — в Южной Америке, Xiaonei в Азии.

По числу пользователей лидируют MySpace — 255 млн пользователей.

Эти сообщества постепенно становятся все более и более совершенным инструментом для распространения и получения информации, кроме того, каждое хорошее сообщество формирует свою определенную культуру, образ. В качестве «платы» за пользование, социальные сети взимают обычно время пользователей и какие-то определенные их усилия по обязательному вкладу в сообщество. Например, чтобы зарегистрироваться в сети «вконтакте», вы должны заполнить довольно подробную информацию о себе и своих образовательных учреждениях.

- Usenet: Основан в 1980, и признан первой дискуссионной системой интернета, первым интернет-сообществом. И участники, и модераторы сообщества были добровольцами.
- The WELL: интернет-сообщество, основанное в 1985 году, и ставшее предметом изучения как пример первой спонтанно сформировавшейся культуры взаимовыручки — пользователи бесплатно предоставляли свой хостинг для сети, и так далее.
- AOL: самый крупный интернет-провайдер, с чат-комнатами, которые много лет модерировали добровольцы.

Участники социальных сетей

Люди присоединяются к виртуальным социальным сетям по разным причинам. Питер Коллок в 1998 году опубликовал свое исследование «Экономика онлайн-взаимоотношений: подарки и общественный товар в киберпространстве», где приводит четыре основные мотивации участия в социальной сети и осуществления ради нее каких-либо действий, не включающих в себя чисто альтруистическую мотивацию.

- Ожидаемая благодарность (или ответные действия). Индивид делится информацией с сообществом, зная, что потом сообщество поможет ему. Более активные участники сообщества быстрее получают ответ на свои вопросы, чем те, кто сам не делится информацией.

- Увеличение узнавания. Для этого есть англоязычный термин «Egoboo» - удовольствие, получаемое человеком от публичного признания его добровольной деятельности. В обмен на свою информацию, время, усилия, люди получают не только информацию других людей, но и их признание, и благодарность, и новые связи. Во многих онлайн-сообществах сейчас есть системы прямой оценки рейтинга индивида, их можно видеть даже на форумах. В простейшем виде рейтинг зависит от количества сообщений, но есть более сложные системы оценки, базирующиеся на количестве полученных пользователем комментариев, рекомендациях от других участников и так далее (например, система «ку» на блогах Я.ру).
- Чувство нужности. Социальные сети предоставляют индивидам возможность как-то влиять на окружающую среду. Хорошая статья вызовет отклик, интересный рисунок привлечет критиков и поклонников. Часто социальные сети проводят конкурс среди своих участников, выбирая какие-то элементы для оформления, или лучший девиз или лучший рассказ на какую-то выбранную тематику. В качестве приза текст или картинку победителя на какое-то время размещают по всей сети, так что она становится элементом среды. Хороший пример — Wikipedia, так как там изменения, которые вносит пользователь, мгновенно встраиваются в общую картину Википедии.
- Чувство общности. Людям важно получать какой-то ответ на свои действия — положительный (как в случае с Egoboo) или отрицательный, любой. Это позволяет им утверждать свое присутствие в социуме. Блоги — самый яркий пример среды использующей такое чувство. Между чувством общности и хорошей репутацией есть разница. Чувство общности достигается и за счет скандалов («троллинга» - размещения заведомо оскорбительных комментариев с целью получения эмоционального ответа и прерывания дискуссии по существу).

2. ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ В РАЗЛИЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ.

Социальные сети для общения (Relationship networks)
Это самые распространенные и востребованные социальные медиа на сегодняшний день. К ним относятся Facebook, Вконтакте, Одноклассники, Linkedin. И хотя данный вид социальных медиа не появился первым, он стал определяющим для всей отрасли.
Данный формат социальных медиа одним из первых предложил пользователям создать бесплатный персональный мини-сайт, который позже стал известен как профиль. Сети взаимоотношений стараются предложить пользователям максимум возможностей в пределах одной платформы.
Условно можно разделить сети взаимоотношений на следующие категории:
- Сети персональных контактов
- Профессиональные сети
- Дейтинги (сайты для знакомств)

Данный вид социальных медиа представляет наибольший интерес для бизнеса. Сегодня страница бренда в Twitter или Facebook — это общепринятый стандарт.

Facebook – Самая попоулярная в мире социальная сеть с огромными возможностями для бизнеса

Google Plus - не самый успешный проект корпорации Google. Отличается от остальных возможностью распределять подписчиков по категориям (круги). Еще одной интересной особенностью является возможность промотировать посты из Google+

VK - популярнейшая социальная сеть на постсоветском пространстве.

Tsu - социальная сеть, где пользователи могут зарабатывать на авторском контенте.

Muut - вы можете создать микро-сообщество для друзей, членов семьи, или коллег по работе.

Ello - хипстеры создали свой Facebook без рекламы, и, к сожалению, повторили “успех” Google+.

LinkedIn - самая известная сеть деловых контактов. Интересна еще и сточки зрения SEO.

Myspace - некогда одна из самых популярных социальных сетей в США.

Xing - вторая по популярности сеть деловых контактов.

OkCupid - популярная на Западе социальная сеть для знакомств.

Loveplanet - портал для знакомств с крупнейшей базой анкет в СНГ.

Социальные сети для обмена медиа-контентом (Media sharing networks)
Данный вид социальных медиа дает пользователям широкие возможности для обмена видео- и фото-контентом. Сюда относятся Flickr, Instagram, YouTube, Vimeo, Vine, Snapchat.
Сам принцип распространения информации и нативные возможности, например, фильтры в Instagram, дают таким социальным медиа преимущество перед многофункциональными собратьями.

Отличительной особенностью является также и масштабирование контента: некоторые предлагают публиковать короткие видеоролики, другие дают вам возможность создать собственный видеоканал.



Youtube - самый популярный видеохостинг в мире от корпорации Google.



Instagram - из приложения для фотосъемки мутировало в социальную сеть.



Flickr - еще одна популярная сеть среди визуалов.



Vimeo - видеохостинг с качественным видео-контентом.



Snapchat - социальная сеть возникавшая на основе мобильного приложения. Здесь общение происходит посредством фото-чата, где сообщения хранятся не более 24-х часов.



Twitch - видеостриминговая платформы для геймеров.



500px - популярное комьюнити среди фотографов со всего мира.

Социальные сети для отзывов и обзоров (Online reviews)

В основе зарубежных сетей Yelp и Urbanspoon лежит геолокации и возможность оставлять комментарии и рекомендации о локальном бизнесе. Airbnb и Uber, фокусируются на отзывах о местах проживания для путешественников и частных перевозчиках.

Такие социальные медиа - это огромная база знаний, которая помогает пользователям собрать всю необходимую информацию для принятия решения о покупке.

Вам необходимо делать максимум, чтобы заслужить доверие аудитории, получать положительные отзывы и устранять причины появления негативных.



Foursquare - геолокационная социальная сеть, которая дает возможность пользователям отмечаться в заведениях и оставлять отзывы.



Uber - социальная сеть для водителей и пассажиров. Краудсорсинг частных поездок благодаря Uber стал сегодня устойчивым трендом.



Yelp - одна из самых популярных социальных сетей для публикации отзывов и рейтингов на рынке США.



TripAdvisor - социальная сеть для путешественников. Здесь пользователи могут найти отзывы, маршруты, отчеты о поездках и рекомендации отелей.



Яндекс маркет - сервис сравнения стоимости и характеристик товаров, где пользователи оставляют отзывы об опыте покупок.

Социальные сети для коллективных обсуждений (Discussion forums)

Сообщества, форумы, Q&A-сервисы - одни из первых видов социальных медиа. К современным представителям данного вида можно отнести Quora, Reddit и Digg. В основе механики взаимодействие между пользователями лежит потребность в обмене знаниями.

Быть полезным - это основная задача для брендов на подобных сервисах. Но будьте осторожны - здешняя аудитория не любит агрессивную рекламу, проигнорировав это правило вы рискуете получить негативную реакцию пользователей или даже бан от модератора. Лучшей стратегией в данном случае будет участие в

обсуждении в качестве эксперта, или в крайнем случае размещение ссылки на релевантную обсуждению статью или обучающее видео от вашего бренда.



Quora - социальная сеть в формате “вопрос/ответ”. В отличии от других Q&A сервисов здесь в основном отвечают эксперты.



Reddit - популярнейший в англоязычном интернете форум.



Digg - один из первопроходцев формата “новостной социальный сайт”.



Ответы Mail.ru - популярный на пост-советском пространстве Q&A сервис.



Ixbt - знаменитый IT-форум.



4PDA - IT-форум, где преобладает тематика гаджетов и приложений.

Социальные сети для авторских записей (Social publishing platforms)

К данному типу социальных медиа относятся сервисы для блоггинга и микро-блоггинга, где пользователи создают и публикуют текстово-медийный контент. Сюда относятся такие популярные платформы, как Twitter, Medium и Tumblr.

И если преимущества Twitter для бизнеса в презентации не нуждаются, то с другими платформами немного другая история - если ваша стратегия коммуникаций предполагает создание авторского контента, то вы можете расширить аудиторию за счет данных социальных медиа. В дополнение к этому, поисковые системы очень быстро индексируют контент, опубликованный на данных площадках:



Blogger - первооткрыватель, который дал возможность пользователям завести собственный блог.



Medium - платформа для публикации текстового контента с акцентом на социальное взаимодействие.



Tumblr - блог-платформа, где присутствуют широкие возможности для кастомизации и богатые социальные функции.



Livejournal - самая популярная в русскоязычном сегменте блог-платформа.



Twitter - самый популярный сервис микро-блоггов.

Сервисы социальных закладок (Bookmarking sites)

StumbleUpon, Pinterest, Flipboard - это сервисы, где пользователь собирает контент в свою личную библиотеку, на которую могут подписываться другие участники сообщества. Обычно такие социальные медиа изучают интересы, чтобы предлагать больше релевантного контента.

Самая очевидная задача для бизнеса здесь - сделать свои интернет-представительства удобными для пользователя: оптимизировать контент под стандарты основных сервисов социальных закладок, добавить кнопки для добавления в закладки и т.д..

Также вы можете создать и курировать контент в собственном канале: например, создать “доску” в Pinterest и публиковать там интересный пользователям контент, или репостить созданный пользователями контент.



StumbleUpon - социальная сеть, в основе которой лежит сбор, систематизация и распространение информации среди пользователей сети.

 **Pinterest** - популярная платформа, где пользователи добавляют визуальный контент в тематические коллекции.

 **Flipboard** - сервис позволяет создать собственный журнал и добавлять в него записи из разных источников.

 **Scoop.it!** - социальная сеть, где пользователи могут курировать информационные каналы.

 **Diigo** - сервис социальных закладок “на стероидах”, как называют его создатели.

Социальные сети по интересам (Interest-based networks)

Самой востребованной возможностью, которую предоставляют нам социальные сети - это найти единомышленников и людей со схожими интересами. Например, Last.fm - сеть для меломанов, Goodreads - для любителей литературы.

Данный вид социальных сетей хорошо подходит для отраслевых сообществ или издателей. Также, если ваш бизнес связан с хобби, вы можете присоединится к существующему сообществу или создать собственное.

 **Goodreads** - социальная сеть для любителей литературы, где пользователи могут писать рецензии и оценивать книги.

 **Last.fm** - персональная радиостанция, которая анализирует предпочтения пользователя и подбирает на их основе рекомендации.

 **Friendster** - популярна социальная сеть среди геймеров в Азии.

 **Tagged** - сеть поиска друзей на основе интересов.

 **IMDb** - социальная сеть, посвященная кинематографу. Огромная база отзывов, рейтингов и обзоров на релизы киноиндустрии.

3. АУДИТОРИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ.

Понимать, кто целевая аудитория продукта, важно на любом этапе бизнеса: от идеи до продвижения. При этом важно понимать, что **Целевая аудитория – это группа людей, которым потенциально может быть интересен продукт или услуга и которые имеют возможность его приобрести.** То есть, это потенциальные покупатели компании, на которых должны быть направлены все шаги по продвижению продукции и маркетинговые кампании.

Главная ценность ЦА для компании в том, что эта группа людей с большей вероятностью заинтересуется и приобретёт товар. Поэтому маркетинговые кампании формируются с учётом предпочтений целевой аудитории, чтобы повысить эффективность рекламных усилий и увеличить прибыль бизнеса.

Однако ошибочно предполагать, что для успешного продвижения предпринимателю будет достаточно знать минимальные данные о ЦА: пол, возраст и примерный уровень дохода. Но прежде чем мы перейдём к портрету целевой аудитории, необходимо определить, для чего бизнесу вообще нужно знание о ЦА.

Зачем знать свою целевую аудиторию

Понимание своей целевой аудитории помогает компании:

- **Проработать продукцию.** Часто на этапе идеи у предпринимателя есть только общее понимание, что он собирается продавать. Чёткое определение своей ЦА помогает понять, какие доработки и корректировки необходимо внести в продукт, чтобы он стал востребованным. Например, студия маникюра может определить, что их целевая аудитория женщины в декрете, и оборудовать небольшой уголок для детей, чтобы дамы могли не беспокоясь приходить с малышами. Или нанять бебиситтера, который будет развлекать детей, пока мамы делают маникюр. Правильный анализ целевой аудитории позволит внести изменения в уже имеющуюся продукцию или

разработать новую, которая будет пользоваться спросом. Помимо этого, бизнесмен может определять, кому именно он будет продавать свою продукцию, и сосредоточиться на доработках под конкретный сегмент.

- **Разработать стратегию взаимодействия с клиентами.** Общение с аудиторией строится исходя из ряда критериев: пол, возраст, образование, положение и увлечения. Зная максимум информации о своей ЦА, бренд может коммуницировать с аудиторией более точечно и эффективно. Например, магазин молодёжной одежды, точно зная, что их аудитория 18-22 года, может себе позволить не только обращение на «ты», но и использование некоторых сленговых слов.

Помимо этого, понимание ЦА помогает компании выбирать стиль и сам контент, с помощью которого происходит общение с потенциальными покупателями. Например, компания, продающая детское питание, чья ЦА – молодые родители, может публиковать материал о прикорме и формировании пищевых привычек у ребёнка.

- **Реализовывать рекламные кампании.** Маркетологи практически ежедневно работают над запусками рекламных кампаний и в этом деле очень важно учесть все пожелания, увлечения и особенности целевой аудитории.
- **Делать индивидуальные предложения клиентам.** Каждый покупатель хочет чувствовать себя особенным, поэтому особенно приятно, когда приходят предложения «специально для меня». Например, когда проводится сегментирование целевой аудитории, выделяется группа пользователей с детьми и им приходят специальные предложения со скидками на детские товары (игрушки, питание, одежду).

Виды целевой аудитории

Целевую аудиторию можно разделить на несколько видов:

- **Косвенная и основная.** Основная аудитория – та, что совершает выбор и дальнейшую покупку. Косвенная – та, что оказывает влияние на выбор. Например, детские игрушки у которых основная аудитория родители, но при этом косвенная – дети, которые просят купить именно этого плюшевого мишку.
- **Узкая и широкая.** Например, любители шоколада – широкая аудитория, а те, кто любит молочный шоколад с цельным орехом – узкая.
- **B2B и B2C.** Для B2B целевая аудитория – бизнес, для B2C – человек. Поэтому подходы к реализации товара, портреты целевой аудиторией и даже позиционирование будут абсолютно разными.

Не только виды целевой аудитории выделяют маркетологи при исследовании. Также различают ядро и потенциальную аудиторию.

Ядро – это основная масса потребителей, которая чаще всего использует продукт. Потенциальная – те, кто при определённых усилиях со стороны компании может приобрести товар или услугу. Например, мужская серия гелей для душа. Ядром для этой продукции являются мужчины, но с помощью грамотной рекламы можно подтолкнуть к покупке и женщин.

Методы определения ЦА

Для определения целевой аудитории и дальнейшего её сегментирования маркетологи используют различные методы. К основным можно отнести:

Метод «5W»

Метод получил своё название по первым буквам пяти вопросов, на которые необходимо получить ответы по мнению основателя метода Шеррингтона:

- What? Что за товар продаётся, какого он типа.
- Who? Кто потенциально может быть покупателем, как он выглядит.
- Why? Почему покупатель предпочтёт именно этот продукт или услугу, что его мотивирует к покупке.
- When? Когда покупатель может совершить покупку, при каких обстоятельствах и условиях может произойти приобретение товара.
- Where? Где человек совершит покупку. Какая площадка будет для этого процесса оптимальна.

Ответы на эти вопросы помогут лучше понять не только то, кому можно предложить свою продукцию, но и где и при каких условиях правильнее всего это сделать.

Например, начинающий предприниматель решил открыть салон маникюра и педикюра, ориентированный на женщин до 35 лет, со средним уровнем дохода. Как будут выглядеть ответы на вопросы для подбора целевой аудитории в этом случае:

- Что? Услуги маникюра и педикюра.
- Кто? Молодые, работающие женщины со средним уровнем дохода.
- Почему? Потому что хотят выглядеть ухоженно, ярко и привлекательно.
- Когда? Регулярно, через каждые 3–4 недели после предыдущего посещения салона.
- Где? Социальные сети, реклама в поисковых системах, местных пабликах и журналах. Оплата производится при посещении салона.

Таким образом можно определить целевую аудиторию и выяснить где, когда и как рекламировать товар или услугу, чтобы это было максимально эффективно. Чем подробнее будут ответы на все вопросы, тем больше информации получится собрать и, соответственно, лучше узнать свою ЦА.

Метод «от обратного»

При применении этого метода необходимо опираться на то, что получит покупатель, приобретя продукцию или услугу. То есть начинать с результата. Схема поиска ЦА будет следующая:

1. Определение результата клиента от приобретения товара или услуги.
2. Продумывание пути, который должен преодолеть потребитель для финального результата.
3. Генерирование гипотез касательно потенциальных потребностей, которые могут заставить клиента пройти путь для достижения результата.
4. Определение потенциальной группы людей у которых может появиться потребность в продукции.

Пример.

Допустим, ИП Иванов продаёт одежду для спорта. Чтобы приобрести её, покупателю необходимо либо посетить магазин в торговом центре, либо сделать заказ на сайте или на маркетплейсе, заплатив определённую сумму. Сделать это его побудит потребность в специальной одежде для занятий спортом, чтобы тренировки проходили более эффективно и он при этом выглядел респектабельно и привлекательно. Кому это необходимо? Тем, кто активно занимается спортом и ответственно относится к этому занятию. Скорее всего, это молодые девушки, которые хотят не только иметь подтянутое тело, но и быть максимально привлекательными во время процесса, чтобы нравиться себе и окружающим. В меньшей степени к этой группе относятся мужчины.

В примере с спортивной одеждой получился примерно такой результат:

– женщины в возрасте 18-40 лет;
– спортивные;
– те, кто занимается самостоятельно в зале или дома;
– с уровнем дохода не ниже среднего.

Метод «от продукта»

Этот метод эффективен, если продукт или услуга обладают уникальными характеристиками. В таком случае для начала необходимо определить ключевые преимущества товара, которые отличают его на рынке от конкурентов. Не обязательно должен получиться длинный список, может выйти всего 2-3 отличия.

Для этого можно провести опрос среди покупателей и выяснить, за что продукт ценят и выбирают. Опрос должен быть подробным, чтобы в итоге с его помощью получить ответы на вопросы:

- какие основные потребности потребитель может закрыть с помощью товара, какие требования он предъявляет к нему;
- какая она, целевая аудитория продукта (пол, возраст, статус, род занятий покупателей и их психографические особенности);
- откуда клиент узнал о товаре;
- как человек совершил покупку и что его мотивировало и побудило к этому.

После этого следует проанализировать товар, чтобы определить, какие у него есть слабые и сильные стороны. Это поможет найти возможности для продвижения и выявить потенциальные сложности, которые могут возникнуть на пути.

Затем необходимо перейти к сегментированию рынка. Для этого нужно выделить ряд сегментов:

- люди, которые уже приобретали продукт;
- люди, которые потенциально могут стать покупателями;
- люди, которые ни при каких обстоятельствах не приобретут товар.

Получив всю необходимую информацию, можно определить ключевые особенности целевой аудитории. Следующим шагом необходимо перейти к составлению плана продвижения и начать его тестирование.

Пример

Допустим, ИП Сидорова занимается изготовлением украшений ручной работы из меди. Выявим целевую аудиторию по схеме:

1. От конкурентов украшения отличаются тем, что они производятся из меди, имеют необычную форму и украшаются полудрагоценными камнями. Также к отличию можно отнести то, что все украшения индивидуальны и повторов среди них нет.
2. Опрос показал, что покупатели выбирают украшения, потому что с ними они всегда в центре внимания и ощущают себя особенными. Покупатели – это в основном женщины от 25 до 55 лет, которые ценят индивидуальность, любят выделяться и привлекать внимание к себе. Они хорошо зарабатывают и могут себе позволить уникальные вещи. В основном это весьма творческие личности, которые либо работают на себя, либо в офисе, где нет строгих требований к украшениям сотрудников. Об украшениях они узнали через знакомых или увидели фотографии в соцсетях, либо увидели товар на одной из ярмарок мастеров.
3. В ходе анализа продукта к сильным сторонам можно отнести дизайн, качество. В качестве слабых – количество, потому что каждая вещь уникальна и не имеет повтора «один в один».
4. Проведя сегментирование рынка, можно точно определить категории людей, которые не являются ЦА: это консерваторы, школьники и мужчины, которые подходят формально к вопросу подарков для спутниц.
5. Ключевые характеристики потенциальных покупателей можно выделить исходя из проведённого опроса, в котором спросить о поле, интересах, работе и уровне дохода.
6. Далее можно приступать к разработке стратегии продвижения.

Метод «от рынка»

В данном случае ориентирование происходит не на товар, а на конъюнктуру рынка и действия конкурентов. Для этого необходимо:

1. Провести анализ рынка самостоятельно или с помощью профессионалов из агентства. В итоге у предпринимателя должна быть информация об аналогичных товарах и их продавцах, а также о тех, кто покупает у конкурентов эту продукцию, какие преимущества товара интересны покупателям и какие каналы используются для продвижения.
2. Опросить свою клиентскую базу. Вопросы будут аналогичны тем, которые задаются при использовании метода «от продукта».
3. Анализ конкурентов. Сюда включаются и те, кого назвали покупатели, и те, кого удалось определить в ходе исследования рынка. Необходимо провести анализ их продукта, выявить преимущества, которые они озвучивают, и изучить способы их коммуникации с потребителями.
4. Продумать целевую аудиторию рекламы продукта, опираясь на полученную в ходе исследования информацию.
5. Начать тестирование предположения на небольших группах пользователей, при необходимости в процессе можно вносить корректировки.

Сегментирование целевой аудитории

На практике для определения целевой аудитории маркетологи используют несколько базовых типов сегментации, то есть разделения потенциальных клиентов на группы, которые объединяются общими увлечениями и потребностями, по следующим признакам:

- по демографическому. В этом случае учитываются пол, возраст и семейное положение. Эти критерии оказывают прямое влияние на покупательскую активность;
- по социально-экономическому. При этом люди делятся на группы по следующим признакам: уровень дохода, тип занятости, образование, условия проживания, предпочтения и покупательная способность;
- по географическому. Здесь деление идёт по месту проживания потенциальных покупателей, региону, городу, и даже району. Эти данные важны, особенно локальным сервисам: салонам красоты, парикмахерским, кафе, ресторанам и кинотеатрам;
- по психографическому. Не менее важно сегментирование по социальному статусу, персональным ценностям, увлечениям и образу жизни.

Информацию для изучения целевой аудитории и последующего сегментирования можно получить при помощи:

– анкетирования, которое проводится на сайте компании или в группах в социальных сетях. Это позволяет получить данные не только о целевых переходах, но и возрасте, предпочтениях и другую информацию о покупателях;

– опросов потенциальной аудитории. Тут речь идёт и о внутренних, и о внешних опросниках;

– услуг маркетинговых агентств;

– изучения форумов конкурентов.

Составление портрета целевой аудитории

Портрет ЦА – это собирательный образ типичного покупателя продукта, который пользуется им регулярно. Чтобы составить портрет, необходимо:

- представить обычного покупателя продукта: кто он, какой у него образ жизни, чем увлекается, что его окружает;
- придумать первичные характеристики стандартного покупателя: имя, пол, возраст, место работы и жительства;
- дополнить образ социальными параметрами: семейным положением, наличием (или отсутствием) детей и их количеством, уровнем дохода и профессией;
- описать потребности, мотивацию, страхи, проблемы этого покупателя;
- описать его психологические характеристики: мечты, ценности и стремления этого человека;
- добавить особенности: полезные и вредные привычки, заболевания, вероисповедание и другое.

Для точности в портрет можно добавить, например, какими товарами и услугами человек чаще всего пользуется и как часто их покупает.

Качественный портрет – это пример самого обычного покупателя с подробным описанием его жизни, но при этом важно не перегнуть и не сделать его узконаправленным. Поэтому при составлении портрета ЦА лучше всего понаблюдать за людьми, которые в реальной жизни приобретают продукцию.

Пример
Портрет ЦА для детского медицинского центра:
Пол: женский
Возраст: 30
Место жительства: Санкт-Петербург
Социальные критерии: замужем, есть дети. Работает в офисе. Доход чуть выше среднего. Имеется собственная квартира.
Потребности: качественные медицинские услуги для ребёнка в сжатый срок.
Ценности: здоровье, комфорт и время.

Какие услуги приобретает: плановый осмотр педиатра, прививки, анализы и другие обследования. Регулярно делает плановый осмотр у профильных специалистов ребенку.

Анализ ЦА

Анализируют целевую аудиторию поэтапно при помощи:

- статистических данных. На этом этапе проводится сбор статистических данных, с помощью которых потом составляется портрет ЦА.
- опросов. В этот период проводят количественный анализ, поэтому важно, чтобы в опросах приняло участие достаточное количество людей.
- custdev. Заключительный этап анализа – тестирование гипотез. Для этого используют глубинные и решенческие интервью.

Помочь с анализом ЦА могут онлайн-сервисы, которые позволяют оценить интересы людей из разных регионов, выявить их покупательскую способность и оценить потребность в продукте. Чаще всего используют:

- Similarweb. Сервис помогает анализировать поведение посетителей ресурсов в Интернете и собирает данные об их потребностях и поведенческих привычках.
- Euromonitor International. Платформа предоставляет доступ к статистике по 150 странам и 600 отраслям. Помогает понять, какие товары востребованы на рынке.
- НАФИ. Аналитический центр публикует результаты исследований, с помощью которых можно узнать, какими продуктами пользуются разные группы покупателей.
- Popsters. На платформе можно получить аналитические данные по социальным сетям, контенту конкурентов и собственным медийным публикациям.

Не менее важно при анализе ЦА учесть распространённые ошибки, которые чаще всего совершают компании:

- Покупатель описывается посредственно, без конкретики. «Женщина старше 35 лет» – это описание ни о чем не говорит, потому что под него попадают миллионы жителей нашей страны.
- Прописывается исключительно основной сегмент аудитории. Как правило, товаром пользуются разные группы людей, и каждую из них необходимо учитывать при анализе, даже если их доля всего 7%. Например, если речь идёт об автомобильных пуско-зарядных устройствах, ЦА – не только водители, но и их жёны/мужья, друзья и родственники, которые могут приобрести продукцию в подарок.
- Слишком узко сегментируется ЦА. Совсем не обязательно разделять аудиторию на несколько десятков сегментов. Вполне достаточно помнить, что все покупатели разные. Например, магазину детских товаров при сегментировании не нужно разделять покупателей на тех у кого один ребёнок и тех у кого два, три и так далее.
- Не прописываются специфические параметры ЦА. Иногда цели, взгляды или мечты человека могут сказать о нём гораздо больше, чем пол, возраст и уровень дохода.
- Забывают выделять тех, кто оплачивает товар. Иногда одна категория людей покупает товар, а использует его совсем другая. Например, женское нижнее бельё часто приобретают мужчины в подарок любимым женщинам.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Блоги в Вконтакте
2. Блоги в Дзен
3. Блоги в Одноклассниках
4. Блоги в Telegram
5. Работа одновременно на нескольких площадках
6. Личный веб сайт
7. Блоги на условно-доступных площадках

1. Учебная дисциплина. ТЕХНОЛОГИИ БЛОГИНГА
2. Тема лекционного занятия.
Раздел 1. Что такое блоги. Основы блоггинга
Тема 1.2 Жанровая специфика блогов.
3. Цель занятия
Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере визуальных решений в блогосфере, обучение системному подходу в рамках визуализации, с их последующим применением в профессиональной деятельности.
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Видеоблогер. Блогер-лидер мнений. Блогер-журналист. Особенности ведения блогов звездами шоу-бизнеса, спорта и т.п. Блогер в Telegram. Особенности «именных» Telegram каналов. Блогер-расследователь	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)
Текст лекции

1. Раздел 1. Что такое блоги. Основы блоггинга

Тема 1.2 Жанровая специфика блогов.

Перечень изучаемых элементов содержания

Каждый вид блога выполняет свою функцию. Если вы решили завести блог, но еще не уверены, что именно это может быть, то этот пост поможет разобраться. Итак, какие типы блогов бывают, для чего они нужны и что с ними делают блогеры.

Персональный блог

Зарождение блогинга произошло благодаря онлайн-дневникам. Люди хотели поделиться собственным мнением, опытом или мыслями онлайн. Для блогеров, которые писали в персональный блог не было правил или шаблонов.

Сегодня блогеры, которые ведут личные блоги, делают примерно то же самое, что и раньше. Только теперь создать блог стало намного проще. Например, можно создать блог на Blogger, WordPress, Tumblr.

О чем пишут в личных блогах? Обо всем! Кто-то говорит о хобби, кто-то общается на любимые темы, вроде политики или моды, кто-то постит рецепты бабушки, а кто-то рассказывает как сделать маникюр.

Интересно, что сейчас, персональные блоги стали более «профессиональными» и сейчас больше походят на современный вариант lifestyle-блогов.

Кому подходит? Персональный блог – это в принципе отличный повод попробовать свои силы в блогинге. Создав такой «тестовый» вариант, ты сможешь набить первые «шишки» и перейти к созданию прибыльного блога, если захочется.

Как продвигать такой блог? Еще один плюс такого типа в том, что вам не нужны специальные знания. Достаточно найти схожие по тематике блоги и договориться о том, что вы будете делать друг другу гостевые посты. Гостевые посты – это статьи, которые блогер пишет не для своего блога, а для партнерского блога. Это самый действенный вариант, как найти новых/первых читателей.

Типы блогов: бизнес-блог

Зайдите в свой любимый онлайн-магазин. Наверняка там есть блог. Такой тип блога называют бизнес-блогом. Цель его в том, чтобы стать ближе к своим покупателям и показать свой авторитет.

О чем пишут в бизнес-блогах? Если это магазин косметики, то читателям наверняка понравится подборка beauty-новинок или урок макияжа. А вот маникюрный салон может показать как происходит процедура наращивания ногтей или снятие шеллака. Также подойдет фрилансерам, которые хотят рассказать о себе, показать свою работу, найти новых клиентов.

То есть, в бизнес-блогах обычно пишут только по своей теме.

Кому подходит? Если вы собираетесь предоставлять какие-либо услуги или продавать что-то, то уже на ранней стадии можно заводить бизнес-блог. Например, вы в скором времени запустите онлайн-курс или будете продавать свою книгу. Бизнес-блог как раз отличный способ подготовить аудиторию к покупке заранее.

Как продвигать такой блог? Бизнес-блог можно использовать для сбора контактов. Впоследствии вы сможете делать email-рассылки о скидках, выгодных предложениях или новинках в вашем магазине. То есть, после создания бизнес-блога очень желательно сделать форму подписки для пользователей, где они оставят свои контакты.

Профессиональный блог

Профессиональные блогеры – это те блогеры, которые зарабатывают с помощью своих блогов. Для заработка они используют различные стратегии, например, размещают баннеры в своем блоге, делают почтовые рассылки с партнерскими ссылками или баннерами, делают онлайн-продукты или услуги и так далее. В общем все их действия завязаны на получение прибыли.

О чем пишут в профессиональном блоге? Популярным форматом в профессиональных блогах остаются обзоры и рекламные статьи. В таких блогах можно часто встретить статьи с разными подборками продуктов.

Кому подходит? Всем тем, кто собирается продавать товар или услугу.

Как продвигать такой блог? В данном случае все способы хороши – социальные сети, блоги, форумы и все, что можно задействовать, чтобы рассказать о блоге.

Типы блогов: нишевый блог

Вместо того, чтобы освещать несколько тем, нишевые блоги фокусируются на одной специфической теме. Например, блог может быть посвящен только рецептам десертов, обзору научных книг или программам похудения для женщин 30+. Плюс такого блога в том, что в нем легче отследить слабые и сильные стороны, а значит и изменить что-то можно быстрее и качественнее.

О чем пишут? Очень важно для нишевого блога – выбрать тему, которая точно совпадает с вашими желаниями. Работы предстоит много, а вдохновение не всегда приходит. Так что, если о какой-то теме вы можешь говорить часами, значит, создавайте блог.

Кому подходит? Нишевый блог может стать таким же хорошим началом для новичков, как и персональный блог.

Как продвигать? После создания нишевого блога не нужны специальные знания. Начните с социальных сетей, а после можно договориться о гостевых постах.

Блог-перевертыш

Этот тип блога назван так, потому что статьи для него пишет не один автор, а все желающие. Такая практика достаточно распространена как на западе, так и в русскоязычном интернете. Ярким примером может быть блог «Ярмарка Мастеров» или Medium. Статьи, обзоры и любой другой контент для него пишут сами пользователи.

О чем пишут? Блоги-перевертыши могут иметь как одну, так и несколько тем одновременно. Так что включайте свою фантазию и попробуйте экспериментировать.

Кому подходит? Такой тип блога просто палочка-выручалочка, когда совсем нет идей, но создать свой блог хочется.

Как продвигать такие типы блогов? Огромный плюс подобного рода блогов в том, что авторы зачастую оставляют сами ссылку на свои тексты или статьи, привлекая новых читателей. Ваша задача при создании блога-перевертыша в том, чтобы привлечь авторов хоть с какой-нибудь значимой аудиторией. Также в ход отлично пойдут социальные сети.

Партнерские блоги

Такие типы блогов также помогают зарабатывать деньги их владельцам. Только блогеры, которые занимаются созданием контента для партнерских блогов, зарабатывают на рекламе *чужих* продуктов или услуг. Обычно в статьях такого блога есть ссылки на спонсора или партнера, который платит за рекламу.

О чем пишут в партнерских блогах? Самым популярным контентом в таких блогах являются обзоры, отзывы, рецензии, подборки.

Кому подходит? Если у вас нет собственного продукта, который вы можете продать, но заработать хочется, то этот тип блогов подходит именно для таких случаев. Ну или если вы любите халяву:). Потому что иногда блогерам что-то перепадает бесплатно.

Как продвигать такие типы блогов? Чтобы быть успешным владельцем партнерского блога вам надо собрать базу подписчиков. Создайте в блоге форму подписки, а также приглашайте читателей в группу в социальных сетях. В дальнейшем вы сможете делать рассылки на почту с акциями, предложениями, подборками и прочим, что можно купить и за рекламу чего вы получите деньги.

Книжный блог на тему исцеления от зависимости и саморазвития

Медиа блоги

Всегда мечтали стать влогером? Считаете, что можете делать красочные фото для Instagram? Тогда создавайте медиа блог. Этот тип блогов популярен среди разных возрастов и социальных групп. Именно поэтому медиа блоги сейчас приобрели большую популярность. Посмотрите только, сколько звезд ведут такие блоги и насколько они пользуются спросом!

Что делать в медиа блоге? Снимайте фото, снимайте процесс приготовления пищи, делайте разговорные видео, снимайте летсплеи, путешествия. В общем можете показывать абсолютно все, что можно снять на камеру.

Кому подходит? Абсолютно всем!

Как продвигать такие типы блогов? При создании медиа блога вам стоит сосредоточиться на одной площадке. Там же покупайте рекламу, добавляйте новых подписчиков и всячески давайте о себе знать.

1. Учебная дисциплина. ТЕХНОЛОГИИ БЛОГИНГА
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 2. СОЗДАНИЕ БЛОГА
Тема 2.1. Дизайн блога.
3. Цели занятия.
Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере визуальных решений в блогосфере, обучение системному подходу в рамках визуализации, с их последующим применением в профессиональной деятельности.
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные правила подбора иллюстраций. Сочетания цветов. Использование графических элементов.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)
Текст лекции

1. **Раздел 2. Создание блога**
Тема 2.1. Дизайн блога.
Перечень изучаемых элементов содержания
1. ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА ПОДБОРА ИЛЛЮСТРАЦИЙ. СОЧЕТАНИЯ ЦВЕТОВ. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГРАФИЧЕСКИХ ЭЛЕМЕНТОВ.

Проектируя новый продукт, дизайнеры часто затрудняются с составлением цветовой гаммы, так как существует неограниченное число возможных сочетаний. В этой статье мы рассмотрим восемь основных правил, которые могут помочь вам с выбором.



1. Ограничьте количество цветов

При добавлении цветов в дизайн крайне важно выдерживать баланс; и чем их больше, тем сложнее становится этого добиться. Результат получится лучше, если вы будете придерживаться правила «максимум три основных цвета», формируя палитру.
Если вам нужны дополнительные цвета, помимо тех, которые уже добавлены в палитру, используйте различные оттенки.
Как выстроить палитру
Но как выбрать эти два-три цвета? Тут вам поможет цветовой круг.



Такой круг из 12 цветов — один из основных материалов для составления палитры.

Существует целый ряд готовых стандартных схем, которые могут облегчить процесс создания палитры, особенно для новичков:

— Одноцветные палитры







Одноцветные схемы оставляют очень приятное впечатление (особенно если выполнены в оттенках синего или зеленого). Как вы видите на примере Facebook, палитра выглядит очень аккуратно и элегантно.

С одноцветными палитрами работать проще всего: они содержат в себе только один цвет с различными вариациями в оттенках и насыщенности. Все оттенки цвета хорошо сочетаются друг с другом и создают успокаивающий эффект.

— Палитры из родственных цветов









Родственные цвета — это те, которые располагаются рядом друг с другом на круге.

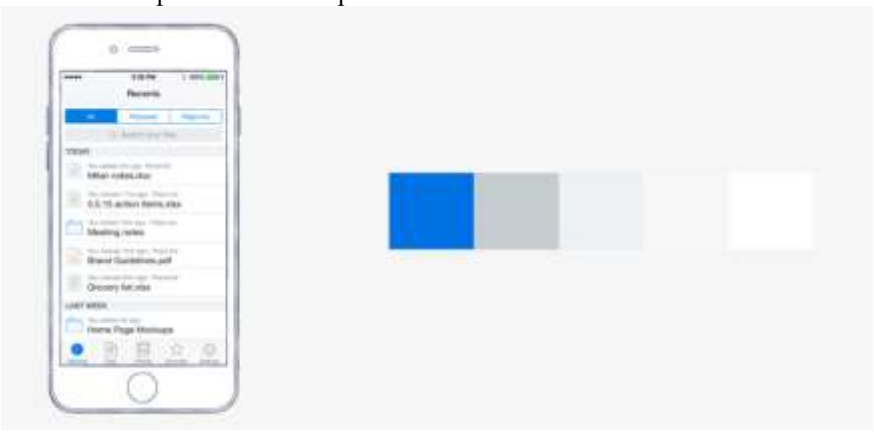
Такие гаммы строятся на базе родственных цветов: один из них становится опорным, а остальные используются, чтобы обогатить палитру. Здесь все тоже достаточно просто, но фокус заключается в том, чтобы правильно выбрать яркость используемых цветов — она будет задавать тон для всей гаммы.
— Палитры из комплементарных цветов



Используя комплементарные (противоположные) цвета, вы легко можете визуально выделить элемент.

Самые простые разновидности данного типа состоят из двух цветов, которые резко контрастируют друг с другом. Эта схема позволяет привлечь внимание смотрящего. При использовании комплементарной палитры необходимо определиться с основным цветом, а дополнительный применять, чтобы подчеркнуть ключевые элементы. Скажем, когда человеческий глаз видит какой-то объект, раскрашенный в разных оттенках зеленого цвета, мазок красного будет очень сильно выделяться на его фоне.

— Кастомизированные палитры



Всплески цвета на сером фоне — отличный способ притянуть взгляд. Дизайн, выполненный в белом и сером цветах с синими акцентами, мы можем видеть на сайте Dropbox.
Создать собственную палитру не так трудно, как думают многие. Есть очень простой способ, которым вы можете воспользоваться, чтобы получить отличный вариант: просто добавьте яркие акценты в нейтральную гамму (то есть такую, которую обычно называют черно-белой). Полученная палитра будет смотреться очень эффектно.

2. Черпайте вдохновение в природе

Лучшие сочетания цветов — те, которые мы берем из мира природы. Почему? Потому что для нашего глаза они выглядят наиболее естественно. Достаточно просто оглядеться, чтобы почерпнуть идеи. Если в повседневной жизни вы заметите какой-то особенно красивый или цепляющий глаз оттенок, попробуйте создать цветовую гамму на его основе. Просто делайте фото красивых пейзажей и выбирайте из них цвета для палитры.



Природа создает лучшие сочетания цветов. Из этой фотографии может получиться отличная цветовая схема

3. Старайтесь придерживаться пропорции 6/3/1

При составлении палитры вам также пригодится вечно актуальное правило от дизайнеров интерьеров: пропорция 6/3/1 позволяет создать идеальный баланс цветов в любом пространстве.
Воплотить эту концепцию в реальность очень просто: ваш опорный цвет должен занимать 60% процентов, дополнительный — 30%, а 10% отводится на акценты. Основная идея состоит в том, что дополнительный цвет должен служить поддержкой для основного, но при этом быть легко различимым на его фоне. На цвет для визуального выделения отдельных областей приходится 10% экрана — можете использовать его для призыва к действию или же любого другого элемента.



4. Сначала проектируйте в черно-белой гамме

Играть с цветами — это весело. Неудивительно, что работа над проектом нередко начинается именно с выбора палитры. Искушение поставить поиск идеальной цветовой гаммы первым шагом велико, но я бы посоветовал вам побороть себя и для начала спроектировать интерфейс в оттенках серого. Сделайте черно-белый прототип приложения и используйте его как базовый вариант. В отсутствие цветов вы вынуждены будете сосредоточиться на расстояниях и расположении элементов.

Вводите цвет в последнюю очередь и очень целенаправленно.



Яркое пятно на сером фоне — простой и эффективный способ направить взгляд на нужный объект.

5. Избегайте черного цвета

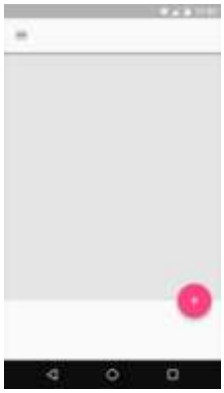
В реальности черный цвет практически не встречается. Все «черные» предметы, которые нам попадаются в окружающем мире, отражают какое-то количество света, а это значит, что они уже не черные, а темно-серые. Свежий асфальт, например, вовсе не черного цвета. И тени тоже.

Если добавить в ваш комплект тщательно отобранных цветов черный, он «задавит» собой все остальные. Он так сильно бросается в глаза именно потому, что не воспринимается как естественный. Многие приложения, которыми мы пользуемся изо дня в день, добавляют в интерфейс якобы черные цвета, которые на самом деле темно-серые. Например, самый темный цвет в верхней панели приложения Asos — не #000000, а #242424. Так что не забывайте регулировать насыщенность.



6. Выстраивайте визуальную иерархию при помощи контраста

Цвет — это инструмент, который направляет взгляд по нужной траектории. Чем сильнее вам нужно привлечь внимание к объекту, тем больше следует полагаться на контраст. Обычно высокую контрастность приберегают для самой важной информации или ключевых элементов. Если хотите, чтобы ваши пользователи что-то заметили или куда-то нажали, нужно, чтобы оно бросалось в глаза!



Благодаря контрасту одна область экрана заметно отличается от остальных.

7. Используйте цвет, чтобы воздействовать на эмоциональное состояние пользователя
Ни для кого не секрет, что цвета выражают определенные идеи и могут влиять на настроение людей. Эти идеи будут непосредственным образом влиять на то, как какое впечатление сложится у людей о вашем продукте.

При составлении палитры для интерфейса мало думать только, как все будет смотреться — нужно позаботиться и о том, как он будет восприниматься. Выбранные цвета могут как подкреплять тот образ бренда, который вы пытаетесь создать, так и противоречить ему. Чтобы было, с чего начать, я составил для вас небольшую памятку с базовыми ассоциациями для каждого цвета (в западной культуре).

Красный, Оранжевый, Желтый
Красный (страсть, сила, опасность, значимость): Красный — очень стимулирующий цвет. Он оставляет ощущение скорости и силы и ассоциируется с энергией. Уже доказано, что он влияет на нас даже на физиологическом уровне, ускоряя метаболизм и кровообращение. Именно поэтому люди даже читают быстрее и громче, когда видят красный цвет. Его хорошо использовать, чтобы быстро притянут взгляд пользователей или выделить отдельный элемент, требующий их внимания.

Оранжевый (озорной, бодрый, привлекательный, дешевый): Оранжевый — теплый и яркий цвет. Он создает атмосферу бодрости и навевает на пользователей чувство тепла и уюта. Некоторые исследователи утверждают, что оранжевый выражает идею дешевизны.

Желтый (веселый, приветливый, стимулирующий, привлекает внимание): Желтый — крайне разносторонний цвет, который объединяет в себе оттенки с разными значениями. Так, светло-желтый ассоциируется с солнцем, то есть с чем-то позитивным и дружелюбным. Более насыщенные тона оставляют впечатление древних времен и монументальности. Их часто применяют, когда нужно показать что-то незыблемым и мудрым.



Зеленый, Синий, Фиолетовый
Зеленый (естественный, безопасный, свежий): Зеленый выражает идею слияния с окружающим миром и близости к природе. Также он связан в нашем сознании с ростом, вследствие чего его широко используют в сфере бизнеса. Зеленый может ассоциироваться и с этическими установками.
Синий (спокойный, ответственный, заслуживающий доверия, надежный): Синий цвет обычно ассоциируется с чувствами покоя и умиротворения, а также с силой и надежностью, что в общем дает ощущение профессионализма и возбуждает доверие. Синий внушает нам, что мы в безопасности. По этой причине его активно используют банки и IT-компании. У многих титанов на рынке социальных сетей (Facebook, Twitter, LinkedIn) в интерфейсе также фигурирует синий.
Фиолетовый (роскошный, загадочный, романтический, духовный): Фиолетовый исторически считается цветом, связанным с людьми королевских кровей, и намекает, что продукт относится к категории элитных**.**



Розовый, Черный, Белый, Серый

Розовый (женственность, невинность, юность): Наиболее широко известная ассоциация с розовым цветом — это женственность.

Черный (сильный, изысканный, загадочный, вызывающий): Черный привлекает внимание быстрее, чем любой другой цвет, даже красный. Как правило, его применяют только для текста и акцентов.

Белый (чистота, здоровье, невинность, добродетельность): Белый хорошо подчеркивает цвета, которые его окружают, поэтому его часто выбирают в качестве дополнительного цвета.

Серый (нейтральный, официальный, изысканный, стерильный): Серый оставляет нейтральное чувство и может принимать на себя характеристики как черного, так и белого. Выступая в роли основного цвета, создает официальную атмосферу.



Здесь важно отметить, что значения цветов могут сильно меняться в зависимости от обстоятельств и культурного контекста.

8. Сделайте дизайн доступным

Доступность — одно из ключевых соображений для применения цвета в дизайне. В наши дни продукты должны быть доступны для всех и каждого, независимо от физических возможностей.

Не используйте цвет в качестве единственного индикатора

Примерно 8% мужчин и 0,5% женщин страдают той или иной формой дальтонизма — то есть каждый двенадцатый мужчина и каждая двухсотая женщина. Существуют разные его типы, однако самый распространенный — слепота на красный и зеленый. У человека, подверженного дальтонизму, обычно возникают сложности с различением любых оттенков этих двух цветов.



Слева направо: цветовой круг глазами обычного человека — Цветовой круг глазами человека с дейтеранопическим типом дальтонизма — Цветовой круг глазами человека с протанопическим типом дальтонизма.

Так как цветовая слепота принимает разные формы (одни не различают красный и зеленый, другие — желтый и синий, а еще кто-то видит все в оттенках серого), необходимо использовать сразу несколько визуальных маркеров, чтобы обозначить самые ключевые состояния в продукте. Для описания действий или контента помимо цвета можно подключать также начертания, символы, узоры, текстуры и текст.



Избегайте передавать информацию посредством красного и зеленого цветов — это будет крайне неудобно для людей, которые их не различают.

Делайте текст как можно контрастнее

Контраст — та область в теории цвета, которая имеет решающее значение для юзабилити. Подбирая цвет для текста, имейте в виду: наложение двух цветов с низкой контрастностью приведет к тому, что читать будет очень сложно.



Низкая контрастность может стать смертельным ударом для юзабилити.

Отслеживайте контрастность, чтобы быть уверенными, что цвет текста будет в достаточной степени выделяться относительно фонового цвета и даже человек с дальтонизмом или очень слабым зрением сможет различать слова. Коэффициент контраста — это математическое выражение того, насколько один цвет отличается от другого (обычно он записывается так: 1:1, 21:1). Чем больше разница между числами, тем сильнее цвета отличаются по яркости. Рекомендуется следующее соотношение между яркостью текста и изображений:

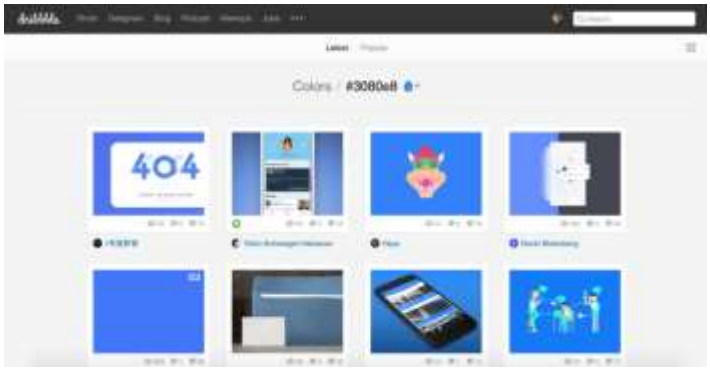
- Если текст мелкий, соотношение должно быть не меньше 4.5:1;
- Для крупного текста (то есть 14 pt и выше для жирного шрифта, 18 pt и выше — для обычного) оптимально соотношение 3:1 и больше.

Инструменты, необходимые для UX дизайнера
Чтобы вам было проще, я также привожу список самых полезных инструментов для подбора цветовой гаммы.
Adobe Color CC
Adobe Color CC (раннее известный как Kuler) — отличное решение, чтобы находить, редактировать и создавать палитры. Вы можете модифицировать каждый цвет, входящий в состав гаммы, или устанавливать его в качестве опорного буквально в пару кликов. Готовые палитры можно сохранять и добавлять в библиотеку; кроме того, в открытом доступе на сайте находится большое количество цветовых гамм, созданных другими членами сообщества.



Dribbble Search-by-color

Если хотите посмотреть, как другие дизайнеры применяют тот или иной цвет в своих проектах, перейдите по адресу dribbble.com/colors и выберите нужный оттенок.



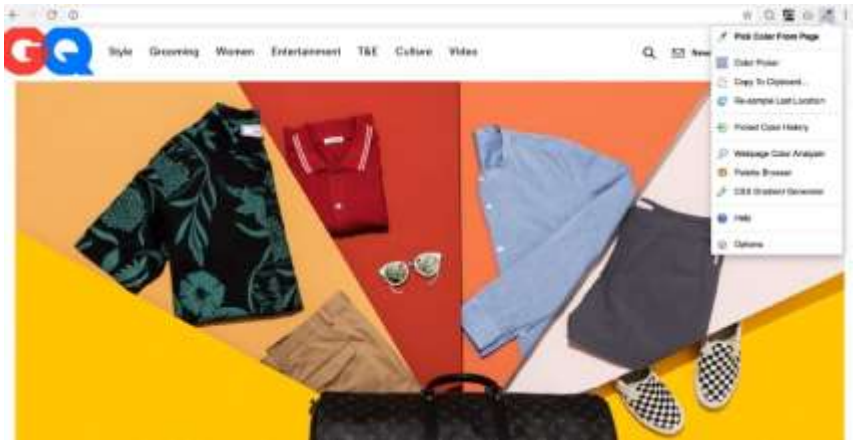
Material Design

Гайдлайн от Material Design предлагает отличную цветовую гамму, которую вы можете использовать для иллюстраций или выбора брендовых цветов. Все цвета, которые она охватывает, подобраны так, что будут гармонировать друг с другом в любых сочетаниях.



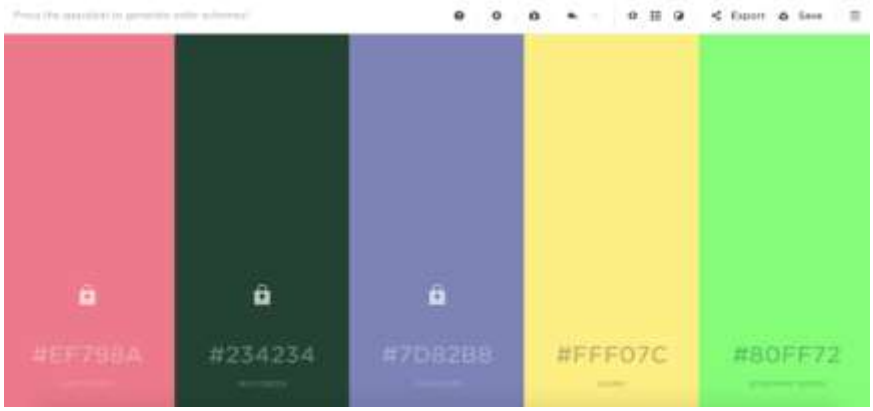
Colorzilla

Colorzilla — расширение для браузеров Google Chrome и Mozilla Firefox, которое включает целую кучу инструментов для работы с цветом, включая пипетку с возможностью захвата цвета, генератор градиентов CSS и функцию просмотра палитр.



Coolors.co

Coolors.co — мощный инструмент для построения палитры из нескольких цветов. Вы можете просто закрепить нужный цвет и нажать на пробел, чтобы получить новую гамму. Что особенно здорово, здесь вы не ограничены единственным вариантом — можно создавать разные палитры, меняя параметры на старте.

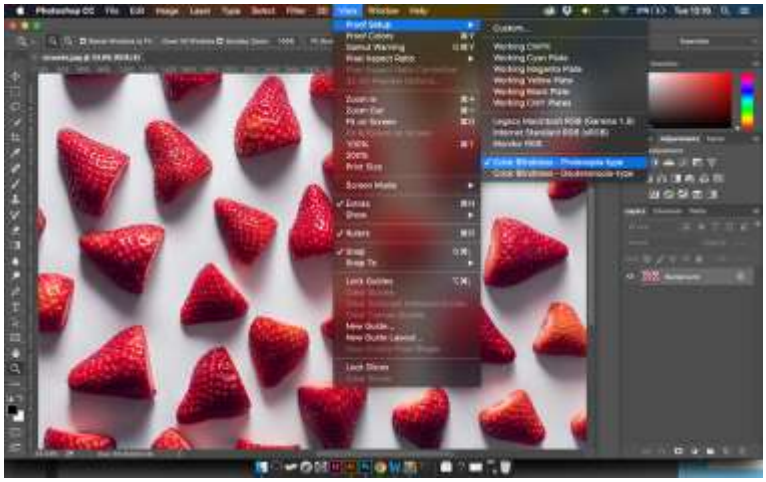


Мне особенно нравится делать палитры при помощи фотографий. Данный инструмент позволяет загружать фото и выстраивать палитру из цветов, которые на нем присутствуют.



Симулятор дальтонизма в Adobe Photoshop

Photoshop позволяет проверить, насколько ваш дизайн универсально доступен. Достаточно перейти на вкладку View > Proof Setup и выбрать интересующий ваш тип (Protanopia type или Deuteranopia type).



NoCoffee Vision Simulator for Chrome

Чтобы удостовериться, что ваш дизайн доступен для всех, неплохо бы на себе испытать дальтонизм в процессе проектирования. NoCoffee Vision Simulator обеспечивает возможность создать для любого интерфейса симуляцию, показывающую, как она выглядит для людей с цветовой слепотой или слабым зрением. Например, применив фильтр «Deuteranopia» во вкладке «Color Deficiency», вы увидите веб-сайт в тонах серого. Это поможет вам адаптировать интерфейс под потребности людей, у которых проблемы с глазами.



Цвет — это один из самых мощных инструментов в арсенале дизайнере, но и освоить его непросто. Надеюсь, правила, которые я перечислил, пригодятся новчикам, чтобы заложить базу. Следующий шаг — практика: ведь единственный способ набить руку в создании палитр — заниматься этим как можно больше.

1. Учебная дисциплина. ТЕХНОЛОГИИ БЛОГИНГА
2. Тема лекционного занятия.
Раздел 2. Создание блога
Тема 2.2. Контент-план. Типы и виды контента.
3. Цели занятия.
Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере визуальных решений в блогосфере, обучение системному подходу в рамках визуализации, с их последующим применением в профессиональной деятельности.
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные правила подбора иллюстраций. Сочетания цветов. Использование графических элементов. Особенности ведения фотоблога. Значение фотографии в современном мире. Роль фотографии в блогинге. Фотографии со смыслом и для развлечения. Мобильные приложения для съемки фотографий. Понятие о коллаже. Цифровой фотомонтаж изображений	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)
1. Раздел 2. Создание блога
Тема 2.2. Контент-план. Типы и виды контента.
Текст лекции.

ТЕМА 2.2. КОНТЕНТ-ПЛАН. ТИПЫ И ВИДЫ КОНТЕНТА.
Как подготовить контент-план для социальных сетей
Вести соцсети без плана — всё равно что делать сайт без ТЗ: результат будет непредсказуем. Рассказываем, как правильно составить контент-план и где искать идеи для постов.



- Что такое контент-план
- Зачем нужен контент-план
- Какими бывают контент-планы
- Какой бывает контент
- Где брать идеи для контента
- Как составить контент-план для соцсетей
- Контент-план для сайта: в чём особенность
- Как сделать правильный контент-план, который будет работать
- Совет эксперта

Что такое контент-план
Контент-план — это график публикаций на различных площадках, который составляют на определённый период: месяц, полгода или год.
Контент-план для социальных сетей включает все используемые платформы — например, YouTube, VK и Telegram, — а также темы и форматы постов.

Для каждой площадки план составляют отдельно, с учётом её технических особенностей, форматов и аудитории. Например, Telegram разрешает публиковать посты объёмом до 1024 знаков с пробелами, использовать эмодзи и опросы. План может содержать точный график публикаций или только набор тем, форматов и целей постов.

Зачем нужен контент-план

У каждой компании могут быть разные причины для создания контент-плана, но есть и универсальные задачи:

● **Помогает добиваться результатов.** При помощи контент-плана удобнее ставить цели и отслеживать эффективность разных форматов и тематик для достижения KPI.

● **Создаёт структуру.** Вместо хаотичных постов в соцсетях будут регулярные, интересные публикации, которые отвечают целям бизнеса, привлекают новых подписчиков и полезны для читателей.

Например, посты об уютных пледах и согревающих напитках будут актуальны не раньше сентября, а вот выпускными платьями начинают интересоваться ещё в апреле.

● **Упрощает работу с подрядчиками.** Составление контент-плана упрощает работу с подрядчиками, которые создают контент для соцсетей. Особенно там, где подрядчиков много и не все работают в штате: SMM-менеджеры, копирайтеры, дизайнеры, эксперты. В этом случае контент-план помогает держать команду в курсе того, какие посты в работе, и не пропустить выход нового продукта.

● **Экономит время.** Когда есть готовый план, не нужно каждый раз думать над темами для постов и сверяться со старыми, чтобы не повторяться. Особенно выручает, когда новостей и популярных трендов нет и нужно придумать инфоповод самостоятельно.

● **Повышает качество контента.** Если спланировать посты заранее, будет достаточно времени, чтобы написать хороший текст, заказать дизайнеру иллюстрацию или даже снять видео. Такие посты соберут больше охватов, чем сделанные «на коленке» за 5 минут.

Какими бывают контент-планы

По уровню сложности:

● **Самый простой** — когда обозначают только темы и рубрики. Например: «Полезные советы» или «Новый продукт».

● **Более сложный** — когда к ним добавляют форматы. Например, «видео», «карусель с фото» или «конкурс».

● **Самый сложный** — когда дополнительно учитывают маркетинговые параметры: целевую аудиторию, популярные тренды, цели поста. Например, посты для молодых мам обычно максимально дружелюбные, а для подростков и молодёжи — содержат популярные мемы или челленджи.



Разбивка по цветам помогает отслеживать пропорции контента разных типов

По горизонту планирования:

● **Краткосрочный — до 1 месяца.** Подходит для медиа и других бизнесов, где регулярно появляются новые инфоповоды, которые невозможно спланировать заранее. Краткосрочные планы работают, когда в компании

короткая цепочка согласований и решения о выпуске контента принимаются быстро.

● **Долгосрочный — 3–6 месяцев.** Подходит для крупного бизнеса, где в течение года мало что меняется и новости возникают редко. Разработка контент-плана на долгий срок актуальна также для компаний, которые делают авторские видео и другой сложный в исполнении контент. Потому что на его производство требуется гораздо больше времени, а в процессе задействовано много людей.

По форме представления:

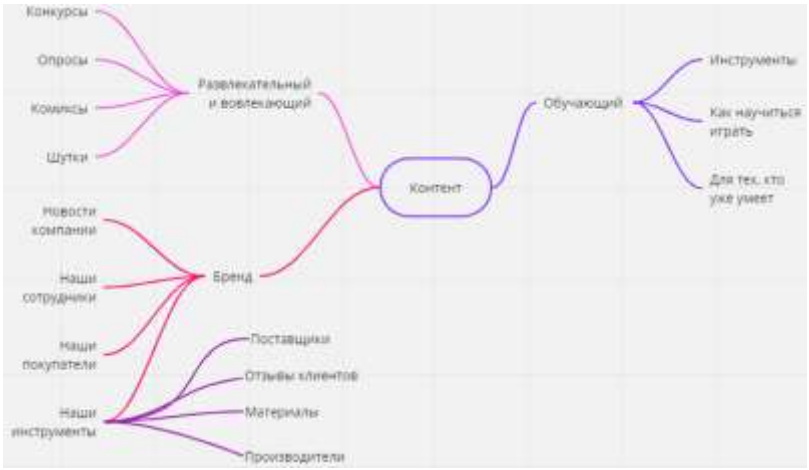
● **Календарь**. Самый популярный вид, который обычно оформляют в виде таблицы в Google Sheets. В нём распределяют посты по датам и дням недели, указывая темы, рубрики и форматы.



В календарный контент-план можно вносить посты сразу для нескольких площадок с детализацией по темам, форматам и хештегам

● **Рубрикатор.** Это упрощённый контент-план — посты распределяют только по темам или рубрикам и указывают заголовок. Его также можно составить в Google Sheets или таск-менеджерах: например, в Trello или Notion.

● **Майндмэп, или ментальная карта.** Самый творческий подход к тому, как написать контент-план. Контент разбивается сначала по типам, затем — по темам и рубрикам. В результате получается дерево. У каждого поста в нём видны цели, и есть тематическая область, из которой можно брать идеи.



В ментальной карте для магазина музыкальных инструментов контент сгруппирован так, чтобы чётко прослеживались взаимосвязи между типами, темами и форматами

На курсе «Трафик менеджер» студенты учатся составлять контент-план с примерами постов для соцсетей. Опытные маркетологи расскажут об особенностях каждой площадки, помогут на практике научиться отрабатывать контент-стратегии и достигать KPI кампаний.

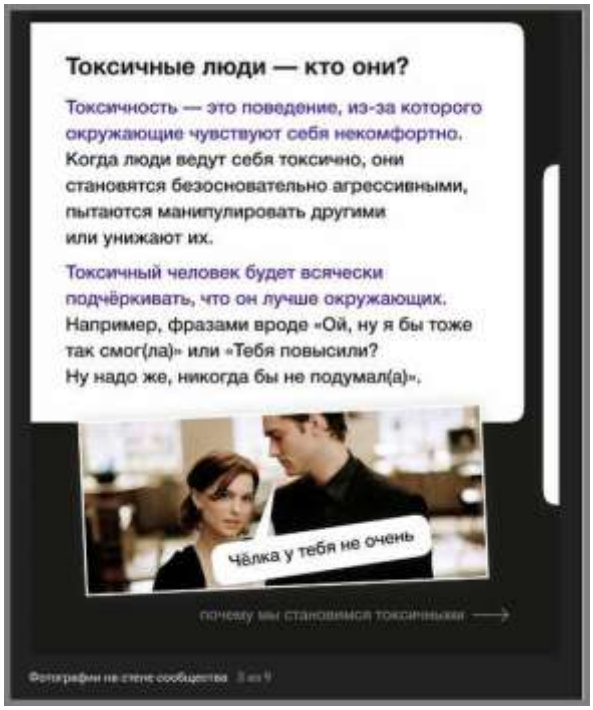
Какой бывает контент

Перед тем как создать контент-план, важно определиться с темами и форматами контента. Для этого нужно понять цели бизнеса, изучить тренды площадок и целевую аудиторию. И после этого определиться с форматами контента.

В зависимости от цели контент бывает:

● **Полезный**

Решает проблемы читателей. Например, обзор мебельных магазинов с объяснением, какой диван лучше купить для семьи с маленьким ребёнком и собакой.



В полезных постах часто объясняют популярные термины на наглядных примерах и реальных диалогах

● **Обучающий**

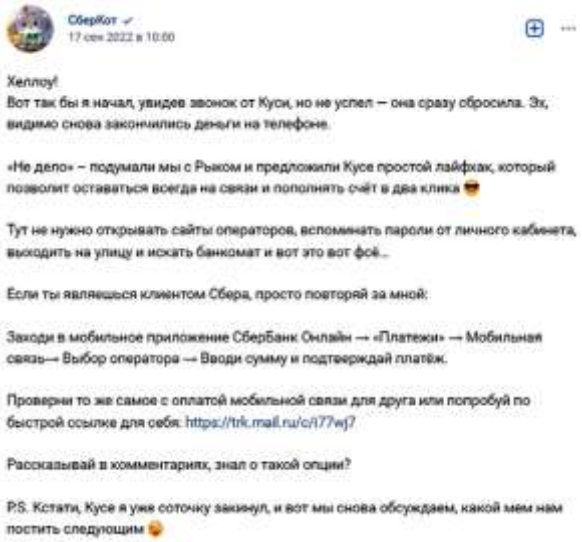
Разновидность полезного контента, где содержатся чёткие инструкции. Например, пост «Как отчистить пятно от сока на велюровой обивке за три минуты». Ещё лучше, если текст будет снабжён наглядными иллюстрациями или видео.



Фрагмент из поста-инструкции на тему «Как воспитать психически здорового ребёнка»: здесь родителям объясняют, как быть с проявлением эмоций

● **Продающий**

Его цель — рассказать о продукте или услуге и побудить к покупке. К продающим также относятся посты об акциях и скидках. Например: «Только до конца месяца при покупке дивана от 50 тыс. рублей — банкетка в подарок!» В таких постах важно чётко прописать выгоду для клиента и объяснить, что делать. Например, кликнуть по ссылке, заполнить форму или оставить заявку.



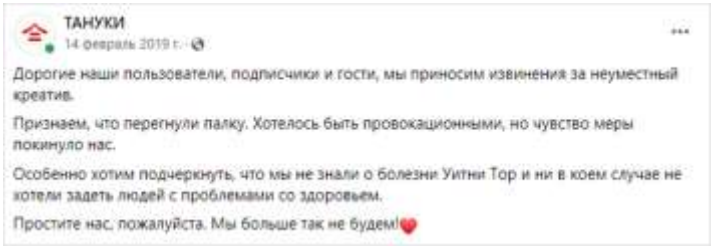
Сбер использует неформальный стиль для продающего поста, нацеленного на молодую аудиторию, чтобы говорить с ней на одном языке

● **Репутационный**

Помогает создать благоприятное впечатление о бренде или компании. Например: «Сегодня мы получили приз за лучший дизайн коллекции диванов на международной выставке. В ней участвовали компании из 30 стран».

Если у компании много подписчиков и она работает с клиентами напрямую, она должна быть готова к негативу. Покупатель может написать в комментариях, что ему привезли испорченный товар и никак не отреагировали на звонок. Или ещё хуже — популярный блогер написал о своём негативном опыте, и пост завирусился.

Спасти положение в этом случае может пост, в котором компания выступит, извинится перед клиентами и расскажет, как исправила ситуацию.



Сеть ресторанов «Тануки» извинилась перед клиентами за провокационную рекламу: в ней компания намекнула, что те, кто вместо их заведений ест пиццу в сети конкурентов, наберут лишний вес

● **Вовлекающий**

Такой контент помогает привлечь новых подписчиков и побудить к действию существующих. Это конкурсы, опросы, викторины или просьбы поделиться своими историями. Например, производитель мебели предлагает подписчикам рассказать смешной случай, связанный с диваном. Идеально, когда пост настолько попадает в аудиторию, что людям хочется делиться им у себя в ленте.



Skysmart использует в вовлекающем посте ребус, чтобы привлечь внимание подписчиков и побудить их оставлять комментарии с ответами

● **Развлекательный**

Всё, что не попадает ни в одну из категорий и не имеет практических целей. Такие посты помогают разбавить ленту позитивом, собрать лайки и повысить лояльность подписчиков. Это могут быть интересные факты, мемы, смешные цитаты и видео. Лучше, чтобы такие посты хотя бы косвенно относились к бренду или компании.



Aviasales в соцсетях придумала рубрику «Советы от Самолёши» с высказываниями, которые пародируют мотивирующие цитаты

Посты бывают разного формата:

● **Текст**

В зависимости от площадки, аудитории и задач это могут быть лонгриды на 5000 знаков, короткие вовлекающие посты на 500 или постеры на 50.

● **Картинка или галерея**

Реальные фото, рисованные сюжеты или инфографика. Как правило, на пост с картинкой обращают внимание чаще и соцсети показывают их большему числу пользователей. Поэтому текстовые посты — особенно длиннее 3–4 абзацев — лучше дополнять изображением.

● **Видео**

Полноценные ролики с интервью или репортажем, короткие проморолики или презентации, видео для клипов на 3 минуты. Зацикленные видео, GIF.

Где брать идеи для контента

Идеи для постов можно найти в нескольких источниках:

● **Спросить подписчиков.** Если у компании уже есть соцсети, провести опрос там. Если только планируются — среди клиентов через любые онлайн-каналы.

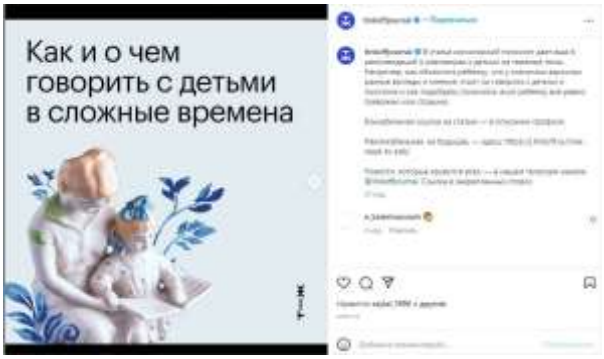
● **Изучить тренды, хештеги и рекомендации.** Многие площадки устроены так, что чаще показывают в ленте наиболее популярные посты или видео. Можно брать идеи из популярных роликов на YouTube или запросов в Google Trends, в том числе те, что набирают популярность каждый год в определённое время.

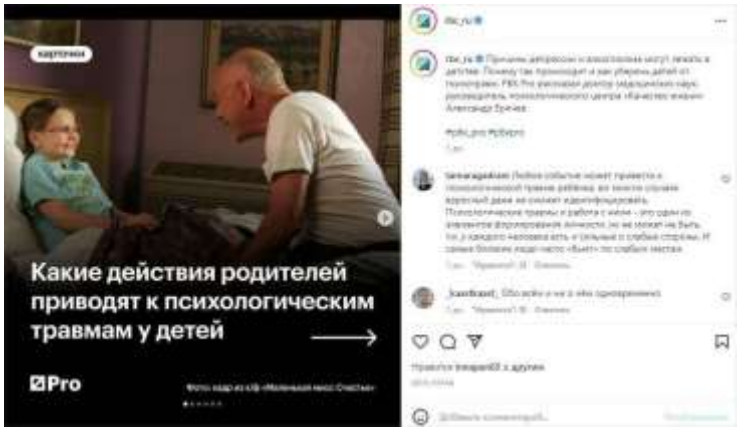


Aviasales проиллюстрировала свой пост про женщин-лётчиц в Twitter фотографией Светланы Богачёвой: это героиня одного из самых популярных и вирусных тредов в соцсети на тот момент

● **Узнать у коллег.** В первую очередь у тех, кто занимается маркетингом и продажами. У них можно узнать о запуске новых продуктов, акций и о том, что покупают чаще. Если подключить HR-специалистов, можно добавить в план дни рождения ключевых сотрудников, например основателей компании или её амбассадоров, которые активно ведут соцсети.

● **Подсмотреть у конкурентов.** Лучше брать за основу соцсети компаний и брендов из той же сферы, с большим количеством подписчиков и разнообразными форматами.





Сложно сказать, кто первым придумал использовать формат карточек, но сейчас его можно встретить в соцсетях практических любого онлайн-медиа или образовательного проекта

● **Свериться с календарём инфоповодов.** Он поможет запланировать посты к праздникам, которые относятся к компании или бренду. Календари обычно составляют маркетинговые агентства и выкладывают в открытом доступе.

Как составить контент-план для соцсетей

Точный набор и последовательность действий зависят от компании, форматов и площадок, а также задач, которые решает бизнес в социальных сетях.

В среднем поэтапное создание контент-плана выглядит так:

1. Собрать вводные.

Выяснить цели и задачи бизнеса, собрать референсы по контенту, определиться с площадками.

Цели контент-плана, форматы и типы постов будут зависеть от ответов на вопросы:

● Для чего компании нужны соцсети?

● Какие площадки подойдут лучше всего?

● Можно ли решить те же задачи с помощью закупки трафика и таргетированной рекламы?

2. Оценить ресурсы.

Убедиться, что для воплощения контент-плана есть бюджет и команда, а также регулярные источники контента. Ими могут быть, например, сотрудники компании. Если планируется привлекать внешних экспертов, с ними нужно сразу установить контакт.

3. Наметить «якорные точки».

Это могут быть релизы продуктов, открытия филиалов или другие события в жизни компании, о которых точно нужно рассказать в соцсетях.

4. Собрать идеи для постов.

Это может быть всё, что отвечает задачам компании и при этом интересно целевой аудитории. Идеи для постов берут из тематических источников, календарей инфоповодов, опросов коллег по цеху, иногда подсматривают у конкурентов.

5. Распределить по темам и рубрикам.

Они могут быть постоянными или временными, под конкретный сезон или внутренний инфоповод.

К трёхлетию Яндекс Лавка выложила трогательный ролик о своих курьерах

6. Согласовать с руководителем.

В крупных компаниях контент-план обычно согласовывают несколько человек, в небольших решение часто принимает сам специалист, который разрабатывает план.

7. Распределить задачи.
Решить, кто будет писать посты, подбирать фактуру, заниматься дизайном иллюстраций, снимать видео и продвигать публикации. Точный набор задач зависит от размера команды, которая занимается соцсетями, а также количества площадок и форматов контента.

Контент-план для сайта: в чём особенность

Контент-план для сайта нужен в трёх случаях:

● На сайте есть личный или корпоративный блог.

● Это сайт онлайн-медиа.

● На сайте есть лендинги, которые связаны с конкретными продуктами, событиями или мероприятиями.

Он отличается от контент-плана для соцсетей тем, что на сайте обычно придерживаются единого формата для всех постов, а вместо трендов разных площадок опираются на требования поисковой оптимизации.

SEO-специалисты дают рекомендации по темам, заголовкам, объёму и ключевым словам, которые нужно использовать в текстах. Они зависят от сферы бизнеса, конкурентного окружения и технических возможностей самого сайта. На основе списка ключевых слов составляют семантическое ядро сайта: набор слов и словосочетаний, которые разбивают по темам.

В онлайн-медиа контент-план больше опирается на тематику издания, рубрики сайта и новостные поводы, которые меняются каждый день.

Как сделать правильный контент-план, который будет работать

● **Распределять важный контент равномерно.** Например, компания заказала несколько видео с амбассадором бренда. На ближайшие 1–3 месяца планируется выход серии постов с этими роликами, чтобы они выходили с определённой периодичностью. Если выложить все видео сразу, аудитория быстро от них устанет и посмотрит в лучшем случае один-два.

● **Закладывать 10–20% на неопределённость.** Примерно раз в неделю или месяц происходят события, о которых ещё ничего не известно, но они очень важны для бренда или бизнеса. Например, резко подорожал бензин, и службе доставки нужно объяснить клиентам, почему она повышает цены. Тогда нужно оставить под них место так, чтобы не пришлось сдвигать этот контент.

● **Планировать минимум на месяц вперёд.** Для малого бизнеса или медиа такого горизонта вполне достаточно, даже если события меняются очень быстро. Планировать на меньший срок точно не стоит: иначе будет сложно распределить все нужные форматы, темы и рубрики, а также успевать готовить тексты и картинки в срок. Новичкам план на месяц поможет обкатать темы и форматы, отследить ошибки и учесть их в долгосрочной версии.

● **Не перегружать деталями.** Если в контент-плане уже 18 колонок, а на его разработку уходит больше 30% рабочего времени, пора остановиться. План лишь задаёт фокус и направление, а наполнять и корректировать его можно в процессе.

● **Быть последовательным и логичным.** Если блогер много пишет про тайм-менеджмент и собирает положительные отклики от подписчиков, то логично будет позже предложить онлайн-курс или вебинар по этой теме.

● **Закладывать реалистичные сроки.** Если для поста нужно снять видео или сделать интеграцию, нужно закладывать на это дополнительное время. Всегда что-то может сорваться или перенестись, поэтому надо подготовить запасной пост на замену.

● **Быстро реагировать на тренды.** Иногда лучше подвинуть запланированный пост, если в соцсетях раскрутился новый тренд или инфоповод, который точно понравится подписчикам. Например, для соцсетей

языковой онлайн-школы таким поводом будет новая популярная песня на английском, которую можно перевести и разобрать идиомы.

● **Анализировать результаты.** Это нужно делать регулярно, чтобы понять, какие темы и форматы «заходят» лучше всего, а где вовлечённость самая низкая. Успешные форматы использовать чаще или даже скрещивать между собой. Например, видеоинструкция о том, как правильно почистить фильтр у посудомоечной машины, и опрос подписчиков: знали ли они, что если этого не делать регулярно, то посуда будет грязной даже после мойки?

1. Учебная дисциплина. ТЕХНОЛОГИИ БЛОГИНГА
2. Тема лекционного занятия.
Раздел 3. Программы для блогеров
Тема 3.1. Текст, структура текста.
3. Цели занятия.
Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере визуальных решений в блогосфере, обучение системному подходу в рамках визуализации, с их последующим применением в профессиональной деятельности.
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Виды текстов: новостная заметка, интервью, репортаж. Чтение и разбор текстов. Пользование редактором Word, программами Блокнот, Гугл-док, Орфография. Сервисы text.ru, https://orfogrammka.ru https://glvrd.ru/.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)
Раздел 3. Программы для блогеров
Тема 3.1. Текст, структура текста.
Текст лекции.
Чтобы написать отличный пост и привлечь внимание читателей, выполните следующие шаги:

Несмотря на то, что сегодня информация потребляется больше в графическом формате, нам все еще нужно уметь писать. Рассказываем, как писать тексты для соцсетей, чтобы вам было не страшно, а читателям не скучно.

Да у меня тройка в школе была.

Что нужно осознать в первую очередь, если до этого вы никогда не пробовали писать? Написание текстов/писательство/веб-райтинг/коммерческое письмо/копирайтинг (выберите удобный термин) не имеет ничего общего с уроками русского языка в школе. Это утверждение верно в двух направлениях: если у вас в школе были плохие оценки по родному языку, это не значит, что вы будете плохим копирайтером и наоборот, просевшая от количества грамот по языковым олимпиадам стена не гарантирует блестящего писательского будущего.

Навсегда вычеркиваем из памяти Марью Ивановну, которая кромсала красными линиями ваши попытки нацарапать измышления о проведенном лете, и учимся писать тексты для постов в Инстаграм*, Фейсбук*, ВКонтакте и других соцсетей. Это не сложно.

Чтобы не запутаться в большом количестве информации о копирайтерском ремесле, научитесь сначала редактировать самого себя. Напишите несколько коротких постов для соцсетей и отложите в сторону. Ниже вы найдете базовые правила написания текстов, познакомившись с которыми, вы сможете привести в относительно адекватный вид то, что у вас уже есть.

Начните текст с главной мысли

Посмотрите на первую фразу, с которой начинаете текст. Если он начинается с фраз «ни для кого не секрет», «все знают, что…» — перепишите эту строку. Психологически, если мы видим то, что ни для кого не секрет, и то, что все знают, мы не очень-то горим желанием тратить время на то, чтобы об этом читать.
Помните о том, что логика построения текста схожа с логикой речи, поэтому начните с главного. Вы же не рассказываете историю или новость с середины.

Задайте вопросы — получите структуру

Излагая какую-либо мысль, задавайте себе вопросы, это поможет выстроить правильную логику фраз. Классическое «Что? Где? Когда?» дополняется «Почему? Зачем? Как?» и любыми другими, которые вы посчитаете уместными. Если британские ученые что-то доказали, начните с краткого описания эксперимента, уточните, к чему они стремились и что в итоге получилось.

Тексты, которые не представляют собой новость, нужно излагать последовательно, как рассказ человеку. Проговорите в голове (можно общими фразами), как бы это звучало, если бы рассказывали это своему другу.

Выпускающий редактор журнала «Жить интересно!» Анна Штаер в одной из своих статей пишет:

«Представьте ситуацию: близкий друг, с которым вы давно не виделись, спрашивает вас:

— Над чем сейчас работаешь?
— Да вот статью пишу для журнала...
— Круто, а о чем?

И вы принимаетесь рассказывать ему свою историю так, чтобы заинтересовать, вдохновить, объяснить человеку, который вам небезразличен, почему это оказалось важно для вас».

Этот принцип применим к любому публицистическому тексту, в том числе и к тексту информационного или продающего поста для соцсетей.

Почистите текст

Кроме ненужных обобщений («ни для кого не секрет») русскоязычные тексты богаты лишними прилагательными («восхитительный диван, обитый потрясающе мягкой тканью и наполненный невероятно качественным поролоном»), канцеляритами (это чиновничий и юридический язык) и многим другим. С канцеляритами особенно придется побороться в первое время — неуверенность в своих силах толкает человека использовать конструкции, которые кажутся ему классическими.

Пример из Норы Галь:

«Он испытывал чувство радости» вместо «он радовался»
«Передвижение в условиях города» вместо «передвижение по городу»
«Большое количество денег» вместо «много денег»
«Производим сравнение» вместо «сравниваем»
«Осуществляют кредитование» вместо «кредитуют»
«В процессе вязания я отдыхаю» вместо «когда я вяжу, я отдыхаю»

Упростите все фразы до максимума. Чаще всего то, что написано в четыре слова, можно написать в два.

Убрав ненужные фразы, вы сократите текст, а чем он меньше, тем легче его читать. После того, как вы составили структуру и определили, что из этого самое важное, а что не очень, отправив важное в первую часть текста, взвесьте смысл фраз.

То, что не дает читателю дополнительной информации или является вашим авторским размышлением — нещадно купируется. Под эту чистку попадают все блоки текста. Обратите внимание, не слишком ли долго вы набираете обороты во вступлении, не льете ли воду в средине и не затягиваете ли прощание с читателем.

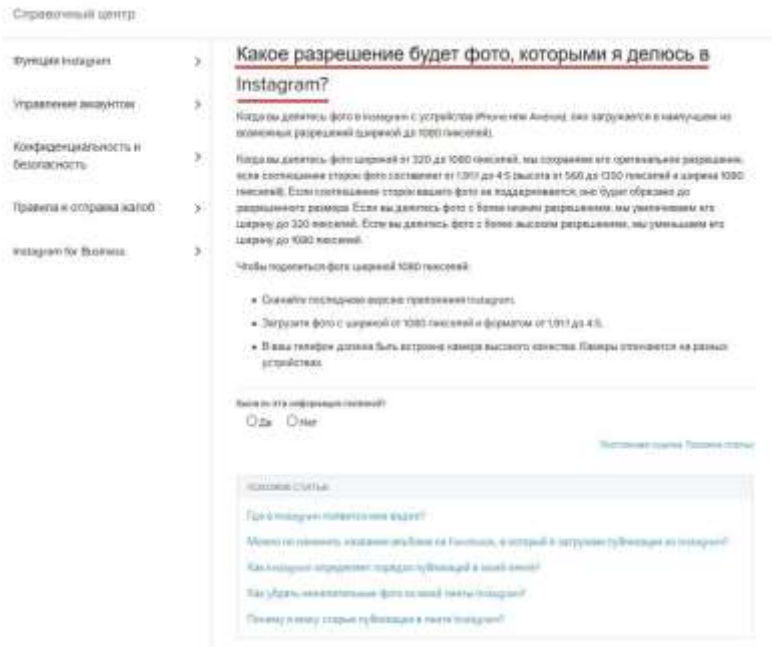
Будьте осторожны с...

Когда вы пишите тексты для соцсетей, будьте осторожны с:

1. **Метафорами/сравнениями**. Если текст ваш не льется, словно пение белокурой девушки на рассвете раннего весеннего дня, то не злоупотребляйте метафорами. Это не всегда уместно и требует определенного опыта. Кстати, получить его можно, только много читая.
2. **Фактами**. Всегда проверяйте то, что говорите. Иногда этот процесс называется фактчекингом.
3. **Заимствованными словами**. Если вы не уверены, что слово, которое вы используете, уже прижилось в языке, то дайте ему объяснение или найдите аналог в русском/украинском/белорусском. В противном случае это будет пример профессионального жаргона, который карается пытливыми читателями так же, как канцеляризм. Не задавайте загадок и не заставляйте обращаться к поисковику на каждой строке.
4. **Большими буквами**. АКЦИЯ! РАСПРОДАЖА! Все это осталось в нулевых. Как и выделение большими буквами одной части слова — ВЫГОДно, РАБота (пример труда ребят из сетевого маркетинга).
5. **Потоком мыслей**. Не пытайтесь в одном посте рассказать обо всем и сразу. Оптимальный вариант: один пост = одна мысль.

Не забудьте о визуальном оформлении публикаций

В официальных справках Инстаграма*, Фейсбука*, ВКонтакте указаны требования к размерам картинок для аватара, обложки страницы, поста и других публикаций. Справочный центр любой соцсети легко найти по соответствующему запросу в поиске. Учитывайте информацию о размерах фото при визуальном оформлении сообщества.



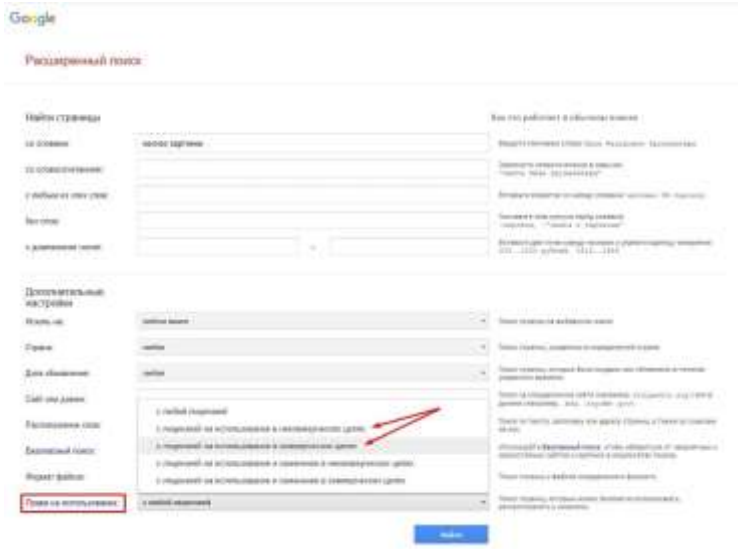
В справочном центре Инстаграма есть вся информация о размерах фото*

Сообщество станет более запоминающимся, если использовать картинки к постам в едином цветовом решении. Пусть главными будут 2-3 цвета, остальные можно использовать в качестве дополнительных. Выбирайте цвета и оттенки, которые хорошо сочетаются между собой. Цветовых схем много в свободном доступе.

Где искать картинки для постов? Если у вас нет собственных фото, воспользуйтесь поиском подходящих картинок в Google. Обязательно отрегулируйте настройки поиска, чтобы не нарушить закон и не использовать фото без лицензии. Для этого зайдите в «Настройки» под поисковой строкой, выберите «Расширенный поиск» и «Права на использование». Из всплывающего списка вам нужны изображения «с лицензией на использование в коммерческих/некоммерческих целях». Такие картинки можно свободно скачивать и добавлять в посты.



Перед поиском картинок в Google задайте настройки поиска



С помощью расширенного поиска в Google легко найти лицензионные картинки

Еще есть специальные сервисы, где можно скачать подходящие по теме картинки платно или бесплатно, например, Pixabay, Pexels, Free Images.

Примеры постов для соцсетей

Эта подборка примеров поможет вам понять, как писать тексты для постов в соцсетях. Смотрите и вдохновляйтесь.

Пост-презентация товара или услуги

Согласитесь, никто не расскажет о вашем товаре или услуге лучше, чем вы сами. Если человек влюблен в свой проект, это сразу чувствуется. Аудитория охотно реагирует на посты с эмоциями, юмором и фактами, с которыми трудно поспорить. Пишите искренние тексты для постов в Инстаграм*, Фейсбук*, ВКонтакте, такой контент обязательно оценят.

Посмотрите, как о своих продуктах рассказывает «Тинькофф Банк» на официальных страницах в Фейсбуке* и Инстаграме*. Все понятно и интересно.



Пост-презентация нового платежного сервиса «Долями» от «Тинькофф Банка»



Пост-презентация карты «Тинькофф Джуниор» от «Тинькофф Банка»

Еще один пример презентации товара от книжного магазина «Поэзия». Креативная реклама книг и журналов со стихами современных авторов.



Презентация книги, которую можно купить в книжном магазине «Поэзия»

Пост, который закрывает боли аудитории

Rostov Roof Live — это городской проект, создатели которого организовывают концерты на крыше торгового центра «Астор» в Ростове-на-Дону. У жителей и гостей города есть возможность получить максимум впечатлений от хорошей музыки под открытым небом. Правда, в прошлом году пандемия внесла свои коррективы, и даже когда не было возможности посещать концерты, Rostov Roof Live придумали, как «закрыть боли» подписчиков. Читайте пост о том, как устроить концерт у себя дома и отлично провести время в выходной день.



Как устроить крутую вечеринку дома — инструкция от Rostov Roof Live

Пост о скидках или акциях

Предлагайте подписчикам скидки и акции, смотрите, как это делает Rostov Roof Live. Розыгрыш абонемента на все концерты, запланированные на год, или возможность купить его по сниженной цене — отличное предложение для аудитории.



Rostov Roof Live привлекает внимание аудитории паблика в Инстаграме розыгрышем и скидкой*

Пост-анонс

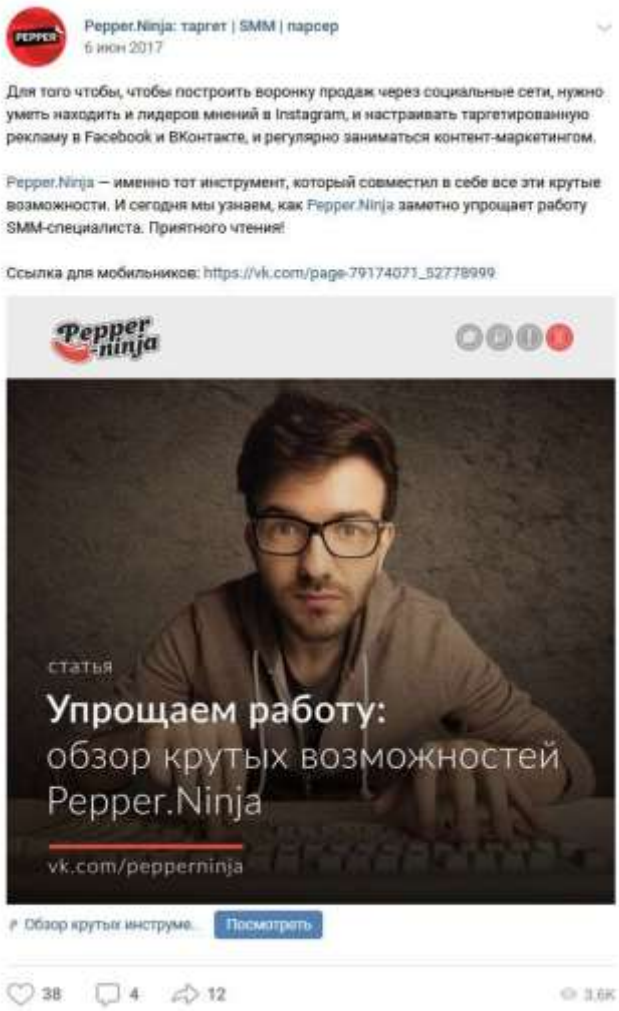
Эксперты школы продвижения в соцсетях SMM.school проводят вебинары по продажам в интернете, делятся с подписчиками полезными статьями и материалами. Недавно команда SMM.school на странице официального паблика во ВКонтакте анонсировала старт бесплатного трехдневного интенсива «Отчеты для таргетолога», полезного не только для новичков, но и для опытных специалистов.



Пост-анонс о запуске интенсива от школы продвижения в соцсетях SMM.school

Пост-обзор

На официальной странице сообщества во ВКонтакте самого функционального на рынке сервиса таргетированной рекламы (парсера) в соцсетях Pepper.Ninja есть пост-обзор о крутых возможностях этого сервиса. Эксперты показывают на примерах, как работать с инструментами Pepper.Ninja. Такие посты важны для таргетологов и маркетологов.



Пост-обзор инструментов парсера в соцсетях Pepper.Ninja

Пост-инструкция

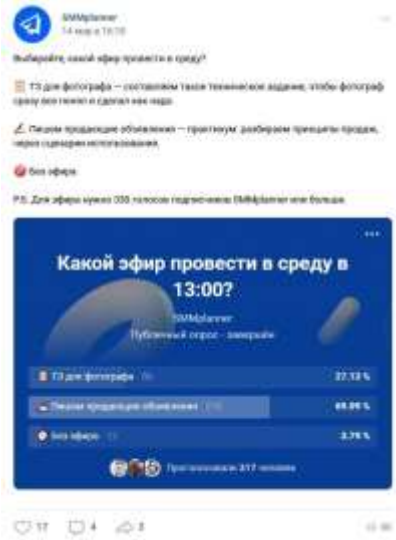
Сеть магазинов бусин и фурнитуры «Кафебижу» делится с подписчиками паблика во ВКонтакте визуальной инструкцией по созданию простого украшения, рекламируя при этом свой товар. Отличная идея. Аудитории нравится такой подход, это видно по лайкам, комментариям и репостам.



Инструкция по созданию украшения от «Кафебижу»

Пост-опрос

Команда сервиса отложенного постинга SMMplanner каждую среду проводит эфиры в дискорде, попасть на которые может любой желающий. Тему эфира заранее выбирают подписчики паблика во ВКонтакте. Простой опрос помогает экспертам понять, что интересует аудиторию.



Пост-опрос от экспертов SMMplanner по выбору темы для эфира в дискорде

Пост с мемом

Этот раздел мы начали с примеров постов от «Тинькофф Банка», ими же подведем итоги. Бренды часто используют мемы в постах для соцсетей, аудитория всегда ценит хороший юмор. Почему бы и вам не воспользоваться этим приемом?



«Тинькофф Банк» предлагает подписчикам паблика в Инстаграме придумать мем к фото с котиком*

Вывод

Написание текстов для соцсетей не мегасложная задача, если захотите — справитесь. Позвольте себе фрирайтинг, то есть открывайте белый лист и пишите все то, что приходит в голову. Публиковать это совершенно не обязательно. Хотя не исключено, что в этом потоке, после редактирования, вы обязательно найдете какую-то жемчужинку. Главное, что это поможет вам начать фиксировать свои мысли, а это — первый шаг к постижению копирайтерского мастерства.

1. Учебная дисциплина. ТЕХНОЛОГИИ БЛОГИНГА
2. Тема лекционного занятия.
Раздел 3. Программы для блогеров
Тема 3.2. Основы работы в видеои фоторедакторах CupCut и photoshop express
3. Цели занятия.
Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере визуальных решений в блогосфере, обучение системному подходу в рамках визуализации, с их последующим применением в профессиональной деятельности.
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Интерфейс программы. Инструмент «Разделить» и «Скорость». Инструмент	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)
Раздел 3. Программы для блогеров
Тема 3.2. Основы работы в видеои фоторедакторах CupCut и photoshop express
Текст лекции.

01 Хорошо ли CapCut подходит для редактирования?

02 10 основных советов по редактированию в CapCut, которые вы должны знать

03 Как профессионально использовать приложение CapCut?

04 Часто задаваемые вопросы о редактировании видео в CapCut

Часть 1: Подходит ли CapCut для редактирования?

Если вы ищете бесплатный инструмент для редактирования видео, то CapCut идеально подойдет для того, что бы научиться редактировать видео. Многие используют это приложение для редактирования видео в TikTok, но возможности приложения безграничны! Кроме того, оно обладает более востребованными и популярными функциями, которые мы опишем в этой статье. Они варьируются от основных приемов редактирования, включая навигацию по приложению, до более уникальных функций, добавления фильтров и фоновой музыки. В совокупности, приложение CapCut отлично подойдет для основных целей редактирования.



Прокрутите вниз, если вы хотите узнать, как пользоваться приложением CapCut!

Часть 2: 10 основных советов по редактированию в CapCut, которые вы должны знать

Хоть эти советы и не научат вас, как редактировать в CapCut ваши видеоролики, они могут вам сократить время редактирования вдвое, а также помогут вам получить превосходный результат в конечном итоге.

1. Обрезка

Обрезка видео означает удаление и вырезание начала видео с помощью инструмента обрезки. Причина удобства и актуальности этого инструмента заключается в том, что он позволяет удалить ненужный или скучный контент. Поэтому он обычно является неотъемлемой частью почти каждого инструмента для редактирования видео.

2. Сплит

С помощью этой функции вы можете легко разделить большие видеофайлы на более мелкие сегменты.
Разделенный экран помещает в кадр более одного кадра; будь то би-ролл или основной объект съемки, этот эффект может дать самые разнообразные результаты.
С другой стороны, если в вашем видеоредакторе есть функция разделения экрана, это отличный прием для демонстрации причинно-следственных связей или иллюстрации того, как одно связано с другим.

3. Изменение размера

В процессе обучения редактированию в CapCut, вам может понадобиться изменить или отрегулировать соотношение сторон видео для загрузки в Instagram или изменить размер видеоролика для вложения в электронное письмо. В этом случае функция изменения размера будет весьма полезной.

4. Поворот

Поворот видео обычно означает, что нужно зайти в расширенные настройки конкретного видеоредактора и поиграть с соотношением его отображения. Это похоже на то, как вы хотите видеть видео. Функция поворота видео может оказаться полезной, если вы собираетесь объединить два видео на экране или дать возможность увидеть ваше конкретное видео под другим углом.

5. Настройка соотношения сторон

Нередко возникает необходимость обрезать видео, чтобы убрать черные полосы по бокам или удалить ненужную информацию. С помощью функции обрезки вы корректируете соотношение сторон, причем при обрезке можно выбрать любое соотношение сторон (4:3, 16:9, 1:1, 9:16 и т.д.). Это эффективная функция, которую стоит учитывать при обрезке видео.

6. Зеркало

Эффект зеркала есть практически во всех основных приложениях для редактирования видео, что дает возможность без особых усилий создать комичный эффект в видео. Однако тщательный выбор материала, к которому применим эффект зеркала, является фактором, определяющим, будет ли ваше видео иметь огромный успех или провалится в социальных сетях.

Зеркальное отражение фигур и объектов, изображенных на видео, может сделать это видео более динамичным, интересным и увлекательным. Однако помните, что этот эффект лучше всего работает в видео, содержащем большое количество деталей.

7. Добавление аудио

Аудио вызывает эмоции! Нет ничего более важного, чем саундтрек или звуковые эффекты, если вы хотите создать настроение для своей аудитории. Помимо эмоционального отклика, аудио также способно задать настроение вашему видео. Хорошее звуковое сопровождение может дать понять вашей аудитории, где происходит действие видео или чего от него ожидать.

8. Изменение скорости

Время скоротечно, но как насчет способа контролировать течение времени? Было бы невероятно иметь возможность остановить время для определенных периодов времени в жизни, (например Рождества), чтоб каждая секунда длилась вечно, наслаждаясь этим моментом.

Возможность контроля и управления скоростью видео существенно влияет на восприятие и усваивание контента. Вот почему контроль скорости с научной точки зрения приводит к лучшему понимаю материала для учащихся, а так же повышению производительности.

9. Настройка звука

Аудиоклипы обычно содержат разный уровень громкости, поэтому для получения сбалансированного саундтрека необходимо отрегулировать громкость каждой звуковой дорожки, которую вы хотите включить в свои проекты. Filmora предоставляет различные способы быстрой и легкой регулировки громкости аудиофайлов.

Полный контроль над всеми аудиофайлами, которые вы используете в своих проектах, необходим по многим причинам.

10. Добавление текста

Мы хотим поделиться с вами одним приемом - текст может сделать ваши видео более примечательным и удержать внимания зрителя. Даже популярные каналы YouTube используют этот трюк и добиваются увеличения вовлеченности в свой контент.

Вы будете более уверены, отвечая на вопрос "Знаете ли вы мистера Джорджа в вашем районе, который ежедневно утром играет в теннис", чем на вопрос "Знаете ли вы мистера Джорджа". Это называется теорией коннекционизма в когнитивных науках, которая гласит, что человек может сохранить больше информации об объекте, когда ему предлагается больше подсказок.

Аналогичным образом, текст, появляющийся на видео, дает пользователю дополнительную подсказку, которая позволяет ему лучше запомнить и понять информацию, содержащуюся в видео.

Итак, это все, что вам нужно знать о том, как редактировать видео в CapCut..

Как профессионально использовать приложение CapCut?

Вы можете свободно скачать CapCut на Android или iOS, но настольной версии нет. Однако для использования приложения вам не обязательно иметь аккаунт TikTok (или любой другой). Как только вы запустите CapCut, вы

сразу же сможете начать им пользоваться. Ведь, в отличие от TikTok, CapCut - это исключительно приложение для редактирования видео. В приложении нет ни видео-канала, ни компонента социальных сетей.
Во-первых, на главном экране вы увидите несколько важных значков. Нажмите **Новый проект** Во-первых, на главном экране вы увидите несколько важных значков. Нажмите Новый проект, чтобы начать редактирование со всеми имеющимися в вашем распоряжении инструментами, или же нажмите на кнопку ShortCut, чтобы быстро сделать видео по более упрощенной процедуре. Под этими значками можно просматривать существующие проекты и нажимать на них, чтобы переименовать или возобновить редактирование. Вы также можете проверить наличие многоразовых видеошаблонов здесь.
Наконец, крошечный значок в правом верхнем углу позволяет получить доступ к списку различных функций CapCut.
Итак, давайте же начнем учиться редактировать в CapCut, используя следующие возможности!

1. Зеленый экран

Функция CapCut Chroma позволяет легко использовать наложения зеленого экрана, но для этого необходимо немного подготовиться. Использование зеленого экрана видео при редактировании. Итак, давайте выполним эти действия!

Шаг 1: Найдите видеоролик с зеленым экраном

Вам нужно получить исходный формат видео с зелёным экраном для последующей обработки его в приложении. Вы можете поискать такие видео на YouTube. Кроме того, множество аккаунтов в Instagram существуют исключительно для обмена видеороликами с зеленым экраном.
Убедитесь, что если вы собираетесь использовать видео с зеленым экраном в своих монтажах, которые вы не создавали, вам нужно указать этих редакторов/создателей, когда вы публикуете итоговый результат.

Шаг 2: Подготовьте видео с зеленым экраном

Возможно, вы уже закончили монтаж видео без зеленого экрана в другом видео, но, может быть, вы захотите использовать эффект зеленого экрана в неотредактированном клипе или видео.
В любом случае вам нужно экспортировать видео в память вашего устройства. Если вы создали весь видеомонтаж в CapCut, то это еще лучше, потому что он уже импортирован.
Мы уже обсуждали, как создать проект и импортировать видео в CapCut.

Шаг 3: Подготовка зеленого экрана

Теперь необходимо импортировать наложение и выровнять его. Вот как это сделать:
1. Удалите все клипы, которые вы выбрали выше. Прокрутите нижнее меню и выберите **Наложение**> **добавьте наложение**
2. Найдите наложение зеленого экрана в папке камеры, выделите его и выберите **Добавить** Вы импортируете его как отдельный ролик на главной панели редактирования..
3. Выберите клип с наложением. Теперь перетащите его в кадр воспроизведения, чтобы расположить его в нужном месте. Чтобы изменить размер, нажмите двумя пальцами.
4. Пока наложение еще выбрано, найдите инструменты обрезки ролика в начале и конце (обозначены белыми полосами) и при необходимости обрежьте длину воспроизведения.



Источник: makeuseof.com

Шаг 4: Удаление фона

Теперь вы можете увидеть наложение зеленого экрана, покрывающее определенные участки или все видео, которое вы впервые импортировали. Вы можете удалить зеленую часть и выделить объект с помощью функции Chroma в CapCut.

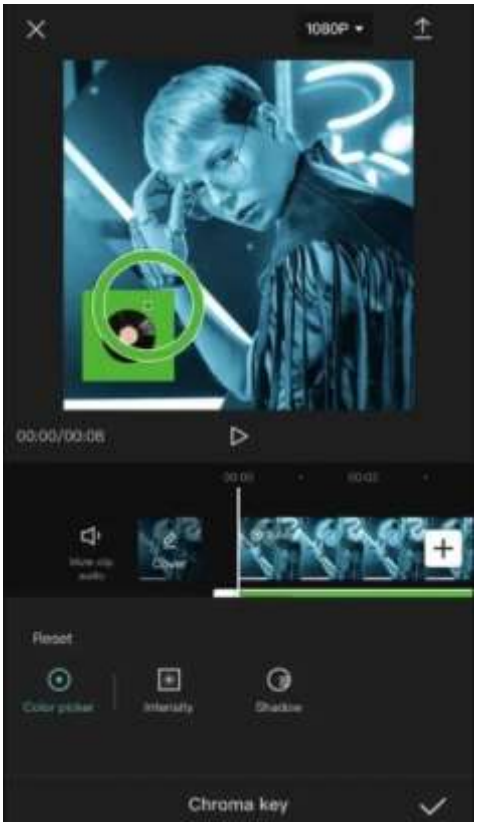
Выполните приведенные ниже действия, чтобы удалить зеленый экран:

1.Выберите ролик наложения. Прокрутите нижнее меню, пока не найдете клавишу Chroma, а затем выберите ее.

2.Выберите инструмент выбора цвета. На панели воспроизведения появится цветной круг. Перетащите его, пока средняя точка не окажется над цветом, который вы хотите удалить - вы увидите, как круг изменится на тот цвет, который вы выбрали.

3.Теперь выберите "Интенсивность" в настройках клавиши Chroma. Здесь вы можете перетаскивать ползунок до тех пор, пока целостность цветного экрана не исчезнет. Следите за тем, чтобы не перетащить его до такой степени, чтобы объект тоже начал исчезать.

4.Выберите "Тень" в настройках клавиши Chroma и опустите ползунок до нуля.



И все готово! Теперь, когда фона нет, вы можете снова изменить положение объекта наложения. Нажмите на ролик наложения, чтобы выбрать его, и перетащите его пальцем на кадр воспроизведения.

2. Замедленная съемка

Slow-motion, обычно сокращенно "slow mo", - это техника редактирования видео, которая замедляет движение и скорость видео, тем самым увеличивая его продолжительность.

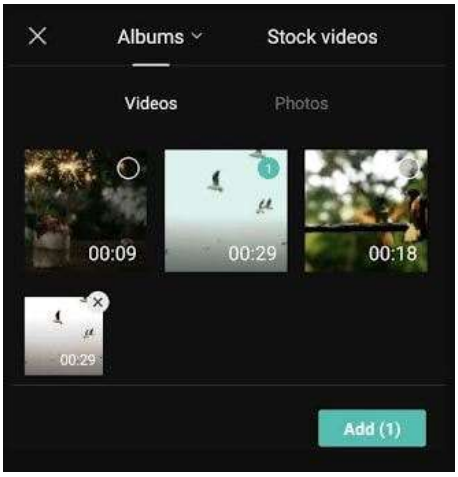
Эффекты замедленной съемки позволяют отобразить определенный участок или объект привлекательного видео на более длительный период. Например, секунды аварии, фигура вора, попавшего в камеру видеонаблюдения, сверхъестественные события и т.д.

Более того, с момента запуска платформы TikTok использование эффектов замедленной съемки становится все более разнообразным. Благодаря песенному сопровождению и эффектам перехода даже небрежно записанный ролик может превратиться в эстетическое произведение после добавления эффекта замедленной съемки.

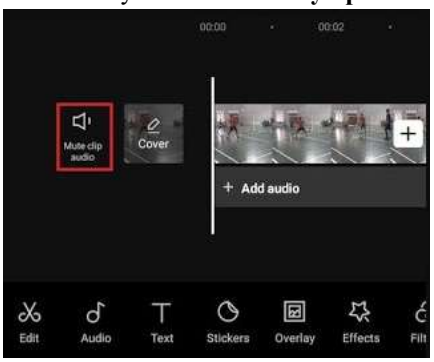
Для создания замедленных видеороликов можно использовать практически все приложения для редактирования видео для устройств Android, особенно приложение CapCut; вы можете пользоваться 100% всех функций в нем бесплатно.

Ниже приведены пошаговые инструкции по созданию slow-mo в CapCut, которые я покажу вам на практике. Помните, как сделать замедленное видео в CapCut - это только базовый урок. Для всех остальных, постарайтесь сделать ваши видео в замедленном режиме как можно более приятными.

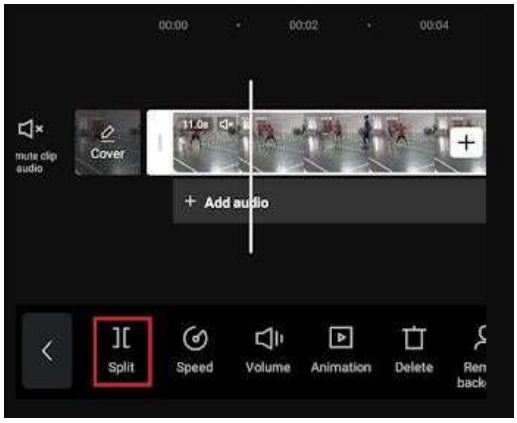
1. Создайте новый проект на главном экране приложения CapCut.
2. Найдите и добавьте видео, которое вы хотите сделать в замедленной съемкой.



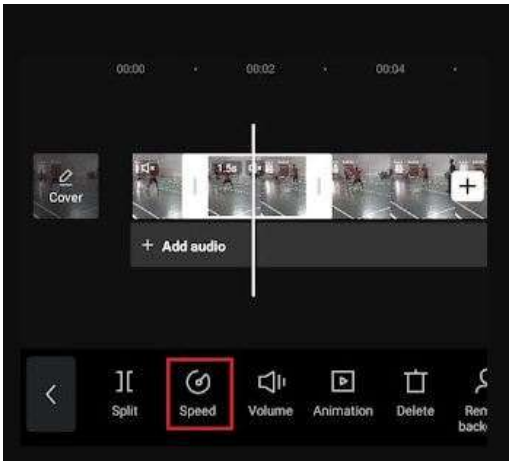
3. Отключите звук видео, нажав сначала на кнопку **Отключить звук ролика**.



4. Вырежьте часть видео в замедленном режиме с помощью **Сплит**

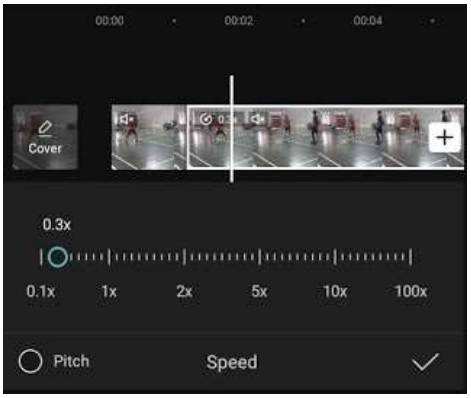


5. Вырежьте еще один фрагмент видео в качестве окончания эффекта замедленной съемки.
6. Нажмите на вырезанный участок видеоролика и откройте меню **Скорость**.



7. В CapCut есть два метода замедления, а именно "Кривая" и "Нормальная". Вы выбираете обычный способ, так как он проще.

8. Сдвиньте точку скорости влево, чтобы замедлить движение видео. Например, мы установили скорость в 0,3 раза медленнее.



9. Нажмите на галочку, чтобы применить эффект замедленной съемки.
10. На этом этапе создайте свое замедленное видео, чтобы сделать его более интересным. Вы можете добавить текст, создать эффекты перехода в CapCut и так далее по своему усмотрению.
11. Наконец, сохраните видео из CapCut в галерею, чтобы вы могли поделиться замедленным видео со своими друзьями в социальных сетях.

3. Ключевые кадры

Ключевые кадры - это новая функция CapCut, выпущенная недавно. С помощью ключевых кадров вы можете быстро анимировать ваш ролик или картинку. Итак, вот что вам нужно для добавления ключевых кадров в CapCut.
После запуска приложения и импорта медиафайла щелкните по значку ключевого кадра, совмещенному со значком отмены.
После того как вы щелкните по значку, вы можете настроить его на меньший или больший размер или примерно так же, как сейчас. Затем перейдите к следующему пункту и снова щелкните по значку ключевого кадра. Допустим, мы хотим увеличить масштаб видео.
Теперь вы создали анимацию масштабирования с помощью функции ключевых кадров в CapCut. Например, чтобы создать эффект увеличения и уменьшения масштаба, вы проделаете то же самое, только у вас будет больше ключевых кадров.

2 - Какие приложения похожи на CapCut?

Приложения FilmoraGo, Kwai и TikTok похожи на CapCut.

1. Учебная дисциплина. ТЕХНОЛОГИИ БЛОГИНГА
2. Тема лекционного занятия.
Раздел 4. Видеоблоги
Тема 4.1. Основы фото и видео съёмки
3. Цели занятия.
Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере визуальных решений в блогосфере, обучение системному подходу в рамках визуализации, с их последующим применением в профессиональной деятельности.
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Правила съемок. Выбор ракурса. Работа с источниками освещения. Необходимое оборудование для видеоблога. Мобильные приложения для съемки видеоматериалов. Основные технологии создания, редактирования и обработка видеоматериалов	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)
Раздел 4. Видеоблоги
Тема 4.1. Основы фото и видео съёмки
Текст лекции.
Перечень изучаемых элементов содержания

1. Фото и видео оборудование для блога. Работа со светом.
2. Фон и интерьер для съемки.
3. Программное обеспечение для монтажа и пост обработки контента.
4. Мобильная съемка и ее особенности.

1.Фото и видео оборудование для блога. Работа со светом.

Фоны, стойки и штативы
Чтобы устроить студию у себя дома, вам понадобится фон. Размер фона будет зависит от размера объекта съемки. Например, для портретной съемки человека, вам понадобится фон размерами минимум 1,5м на 1,5м. Для съемки небольних объектов или фуд-съемки, подойдут фоны даже размером А1.
Если вы только начинаете снимать, то лучше выбирать нейтральные цвета для фона, они подойдут ко всему, можно посоветовать белый, черный, серый.
Для фона понадобится держатель, его выбор зависит от размера фона.
Камера
Можно начать с начальных недорогих камера для блога, можно рекомендовать Sony ZV E-10, Sony Alpha 6500, Canon M6, Canon M50.
Однако вполне можно снимать видео на на телефон, так как большинство смартфонов сейчас справятся со многими задачами блога не хуже. Монтировать быстрее и удобнее, не нужно отдельно покупать объективы, аккумуляторы, флешки, копировать материал после съемки на компьютер и осваивать монтажные программы. Весь контент для соцсетей можно сделать на телефон.
Для того чтобы удерживать камеру/телефон и свет вам понадобится штативы или стойки.
При выборе штатива необходимо обратить внимание на следующие параметры

- Материал изготовления

Карбоновые штативы — существенно легче, а это важно при переноске, но стоят дороже.

- Количество секций

Обычно на штативах от 2 до 4 секций. Чем больше секций, тем компактнее штатив в сложенном виде.

- Высота штатива

Если вы планируете снимать себя, то вам нужен штатив от 1,5 до 1,8 метра в высоту. Если упор будете делать на съемку предметов, то скорее всего вам подойдет штатив, способный опускаться ниже или даже с возможностью крепления на поверхность

- Штативная головка- очень важный момент у штатива. Я предпочитаю, чтобы это была шаровая система, способная наклонить телефон или камеру под любым углом

Оборудования для видеопроизводства великое множество и для начала я бы рекомендовала не покупать все и сразу в надежде на результат, как у профессионала. Оборудование -не самая важная часть, хотя хорошая техника облегчит выполнение задач. Но все таки обратите внимание на навыки. Не зря Малкольм Гладуэлл писал в своей книге “Гении и Аутсайдеры” о том, чтобы стать профессионалом любого дела нужно 10 тыс часов практики

Свет

Рассмотрим самую важную часть в создании любых фотографий и видео. Это свет. Я расскажу подробно какие осветительные приборы можно использовать при домашней съемке.

Категорически нельзя пользоваться стандартным потолочным светом. Свет из окна и вообще естественный свет считается самым лучшим как для фото, так и для видеосъемки. На стоп кадре из моего видео, косметика снята с естественным светом из окна. Но у естественного света есть несколько минусов. Например, ваше помещение может находиться на теневой стороне и тогда свет из окна будет подобен сумеречному свету. Он будет только портить картинку, если вы не снимаете ужастик, конечно.

Второй минус в том, что существуют определенные часы, под которые нужно подстроиться, чтобы свет подходил для кадров. Если это облачная погода, то часы съемки должны быть дневные, когда у нас идет из окна хороший белый свет. Если светит солнце, то лучшие часы для съемки-это так называемые золотые часы, 1 час до заката и 1 час после рассвета.

Следующий минус- это то, что погода, а следовательно и свет из окна может быть постоянно разным. Солнце то выйдет, то снова скроется за тучку. А это нам даст разный баланс белого, получатся совсем разные кадры.

2. ФОН И ИНТЕРЬЕР ДЛЯ СЪЕМКИ.

Лекция. Портретная фотосъемка

Фотоискусство может помочь раскрыть характер и внутренний мир модели, узнать человека лучше, если соблюдены все правила портретной съемки. На этом направлении специализируются многие фотографы, как на одновременно сложном и востребованном. Мы расскажем о технике фотосъемки, раскроем несколько секретов и поговорим о нюансах.

Основы: что обязательно нужно знать

Специалисты Международной Школы Профессий обозначили пять категорий, которым обучают начинающих. В каждой есть свои особенности.

Необходимое оборудование

Данный вопрос решается еще на подготовительном этапе, когда покупается техника и оптика к ней. Мы рекомендуем зеркальный фотоаппарат, так как он отличается высокой скоростью работы, а также позволяет менять множество объективов. С ним вы сможете выбрать ручной режим и работать в темное время суток. Оптический прибор зависит от того, какой кадр вы хотите сделать – крупный план (70-135 мм), по пояс (50 мм) или во весь рост (30 мм). Выбирайте специальную рисующую оптику – она помогает без последующей ретуши сгладить мелкие неровности кожи.

Настройки камеры

Несколько советов:

Открытая диафрагма – это отличное решение, которое позволяет замылить фон, выгодно выделить объекты на переднем плане, создать эффект боке.

Значение ISO должно быть небольшим. Это убирает зернистость на снимке и шум. Конечно, светочувствительность зависит от уровня освещения, но лучше придерживаться крайних небольших границ.

Сделайте выдержку на 1/60 секунды больше. Это снизит вероятность размытых кадров, когда модель немного двигается.

Баланс белого не требует особенного внимания, подойдет стандартно выставленный. Хотите экспериментов – тогда ставьте на ручной.

Экспозамер может быть усредненный по всему размеру кадра или точечный – к самому центру.

Регулировка освещения

Это очень важный параметр, который скорее всего повлечет за собой значительное улучшение снимка, либо его провал. Ведь свет расставляет акценты, имеет возможность сфокусировать внимание зрителя на достоинствах и недостатках человека. Наиболее сильно ошибки в этой сфере видны при создании черно-белых работ, но и цветные требуют внимания.

Здесь лучшая рекомендация – во время первых минут попробуйте поэкспериментировать с режимами, настроить яркость, подать световой поток с разных сторон. Это даст вам возможность узнать о плюсах и минусах модели и рассмотреть, как она смотрится при различном освещении.

Работать можно как с естественным светом, что делает снимки более живыми, так и со вспышкой. Здесь потребуется много мастерства, чтобы не получить непропорциональное плоское лицо с бликами.

Постановка фона

Есть два варианта – это студийная фотосъемка (или в любом другом помещении), а также на природе. В первом случае лучше подобрать светлые, однотонные интерьеры с несколькими акцентами – предметами, которые можно использовать. А во втором оптимальнее будет выбрать спокойный пейзаж, например, зеленую опушку, лес. При этом следует поставить фокус на объект, а фон несколько размыть.

Работа с моделью: секреты портретной съемки

Наладьте личный контакт. Вы должны уметь рассмешить ее, а также расслабить, снять напряжение. Оно невольно возникает у человека, который не привык позировать. Очень часто самыми лучшими получаются снимки, сделанные нечаянно – со смехом, невольным движением, нестандартной улыбкой.

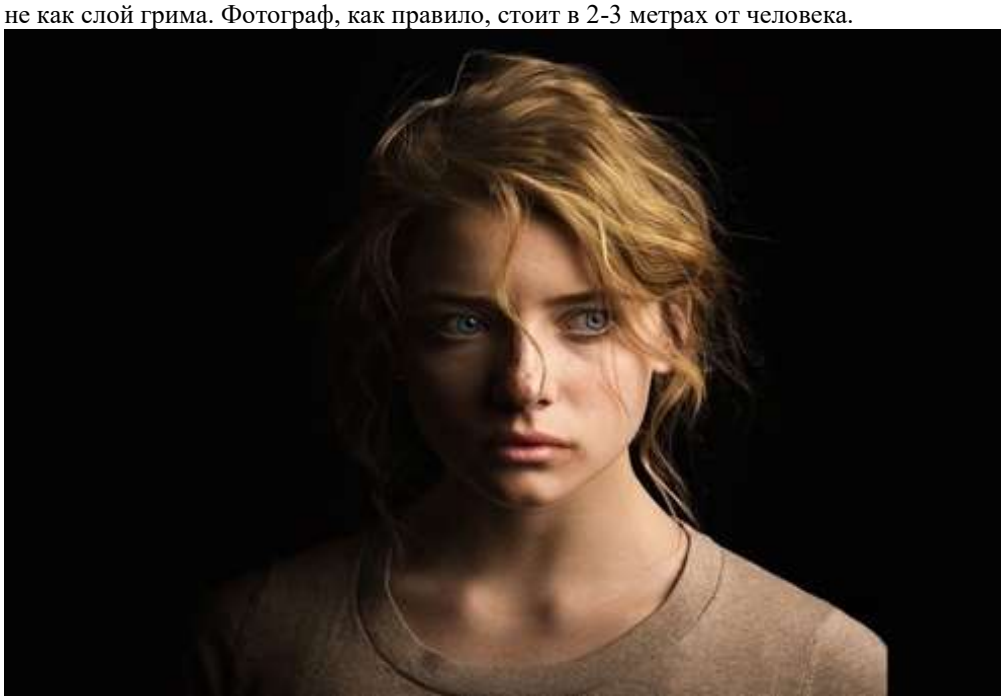
Еще одна ошибка новичков – думать, что люди знают, в каких позах встать. Нет, вы должны постоянно подсказывать, вплоть до сантиметра сдвигать локоть, поправлять прическу, говорить, куда опустить взгляд. Помогайте им.

Виды съемки портрета с особенностями

Обычно все варианты делятся по тому, какая часть модели попадет на фотографию. Посмотрим виды фото.

Плечевой

Акцент делается на лице и мимике. Понадобится обговорить особенности макияжа, а также тщательно ретушировать проблемные участки – чтобы они одновременно не бросались в глаза, но выглядели естественно, а не как слой грима. Фотограф, как правило, стоит в 2-3 метрах от человека.



Поясной

Он, соответственно, делается по пояс. Здесь допускается намного больше экспериментов с ракурсом, появляется возможность показать пышные длинные волосы девушки. Также задуманная эмоция передается гораздо легче, потому что есть не только ресурсы мимики, но и языка тела, жестов. К тому же, можно фотографировать модель с разными объектами в руках.



В полный рост

Это прекрасный повод использовать длиннофокусную оптику. Особенности в том, что, во-первых, будет видно все тело модели – нарядные платья, расположение ног и много других аспектов, которые хочется демонстрировать. Во-вторых, активно работает фон – его не обязательно замывать полностью, можно получить максимум от антуража интерьера студии.



Поколенный и фрагментарный

Относится уже к более редким вариантам и экспериментальным, потому что не всегда понятно, что не нравится фотографу в голенях и коленях. Неудачная попытка их обрезать может сделать фигуру визуально непропорциональной. С другой стороны – может получиться очень хороший, интересный кадр.

Фрагменты – значит, что будут сфотографированы исключительно некоторые части тела, например, ступни, руки, плечи, живот (особенно популярно во время беременности) и пр. Это макрофотографии, их делают с соответствующей оптикой, а сами фото могут идти в портфолио или для коммерческих заказчиков, например, при продаже колец будут сниматься пальчики.



Как сделать правильную портретную съемку

Мы расскажем еще о нескольких нюансах, в том числе, как работать со светом, а также с самой моделью.

Выбор освещения ночью

Портреты, на которых изображен объект фотосъемки на темном фоне, выглядят очень эффектно и контрастно. Для мужчин это возможность увеличить брутальность фото и образа. Девушки часто фотографируются в таких условиях в стиле ню. Преимущество – отсутствие лишних бликов. Есть особенные требования, к ним относятся:

· потребность в хорошей внешней вспышке;

· невозможность выставлять длительную (около 30 секунд) выдержку, потому что не получится добиться статичности и четкости, оптимальный параметр – 1/15 или 1/10 сек;
· рекомендованный ресурс диафрагмы – f 1.8;
· вспышка может быть внешняя (это лучше), но за неимением – внутренняя, тогда следует синхронизировать по второй шторке, при этом можно работать и в автоматическом режиме, и в ручном;
· наиболее подходящий свет – отраженный, поэтому пользуйтесь зонтами на штативах, которые стоит поставить под углом в 45 градусов;
· сделайте светочувствительность побольше, тогда будет более конкретный фон.



Правила вспышки при съемке портрета

Какие советы дают фотографы, как лучше фотографировать:
· Если есть такая возможность – используйте наружный зонт для освещения. Встроенная фотовспышка иногда может повредить, снизить четкость.
· Пользуйтесь синхронизатором, это позволит поменять угол подачи свечения, что даст совершенно разные кадры.
· Конечно – отражайте свет от вспышки.

Выбор ракурса

Где стоять фотографу и держать камеру, зависит в первую очередь от кадрирования. Предположим, что выбран крупный план, тогда оптика может находиться на уровне глаз. Если портрет поясной, то объектив должен быть на одном ярусе с грудью. А когда ростовой, то с поясом.

Но иногда стандартные правила не работают, особенно в тех случаях, когда задача – добиться нестандартного эффекта, например, изменения пропорций с целью подчеркнуть одну часть тела, часто это ноги. А если, напротив, снимать сверху вниз, то будет достигнут результат шаржа, то есть комичного увеличения головы с маленьким туловищем. Главное, во время эксперимента показать идею, а не просто насмешить, в обратном случае люди будут думать, что причина – в неопытности автора.



Что значит формирование композиции в портретной съемке

Часто любительские снимки отличаются от профессиональных тем, что на них модель всегда стоит ровно по центру. На самом деле, иногда нужно сдвигать передний план немного в бок. Это позволяет лучше подчеркнуть фон, что особенно хорошо действует при фотосъемке на улице, когда сзади находится аллея из деревьев, здание, достопримечательность или другой объект.

Второе правило можно назвать очевидным – необходимо оставлять некоторое место по краям, чтобы не получилось так, как на рисунках у трехлетних детей, когда все нарисованные люди стоят на самой кромке листа.

Выбор камеры

До настоящего момента есть разногласия между тем, какой должна быть аппаратура – зеркальной или цифровой, однако, большинство специалистов являются владельцами «зеркалок». У них есть преимущества:

· Быстрота работы.

· Длительный заряд аккумулятора.

· Возможность смены многочисленных емкостей.

Как и любая техника, в данном случае есть бюджетный сегмент и более дорогие модели. К первым относится «Кэнон EOS 1200 (или 2000) D», «Никон» D 3200. Их можно приобрести за 15-20 тысяч рублей. Если вы располагаете более крупной суммой, то рассмотрите флагманы Canon EOS 70 D или EOS 5 D Mark IV, а также Nikon D 610.

Как правильно снимать портреты на зеркалку в помещениях

При невозможности снять студию, довольствуйтесь условиями дома/квартиры и естественным освещением из окна. Отразить свет можно с помощью отражающего экрана, расположенного на расстоянии 1-2 метров. Если солнышко слишком сильное, то лучше всего завесить стеклопакет тонким тюлем без узоров.

Какие еще советы мы дадим при фотосессии в домашних условиях:

Встаньте спиной к окну, а модель повернется к вам лицом, полубоком.

Фоном может быть либо однотонная стена (идеально – не обои, а краска на ровной поверхности), или часть интерьера – диван, кровать, кресло, фортепиано.

Сделайте две дополнительные вспышки, они могут улучшить результат от естественного источника.

Классические схемы, как расставить свет:

Объем помогут придать несколько расставленных автоматических вспышек, расположенных по углам друг к другу.

Хорошо «играет» отраженное освещение от стен или потолка.

Необычные световые эффекты можно создать с самым обыкновенным отражающим экраном.



Как делать портретную съемку в студии

Основное преимущество – это отличное освещение. Потому что в специализированных павильонах расположены софтбоксы, зонты, рефлекторы на тех местах, где уже проверили до этого момента разные специалисты. Иногда есть возможность сделать искусственный цветной свет.

Конечно, легче создать постановочный кадр, ведь есть предметы, реквизиты, которые можно держать в руках, обыгрывать их разными способами. Плюс это создает рабочую атмосферу.

Идеи: ошибки и советы

Новички часто ошибаются, например, так:

· Использование широкоугольного объектива. Это может создать гипертрофированную перспективу, что актуально для шутки, но не для художественного изображения.

· Недостаточное наведение резкости на глаза.

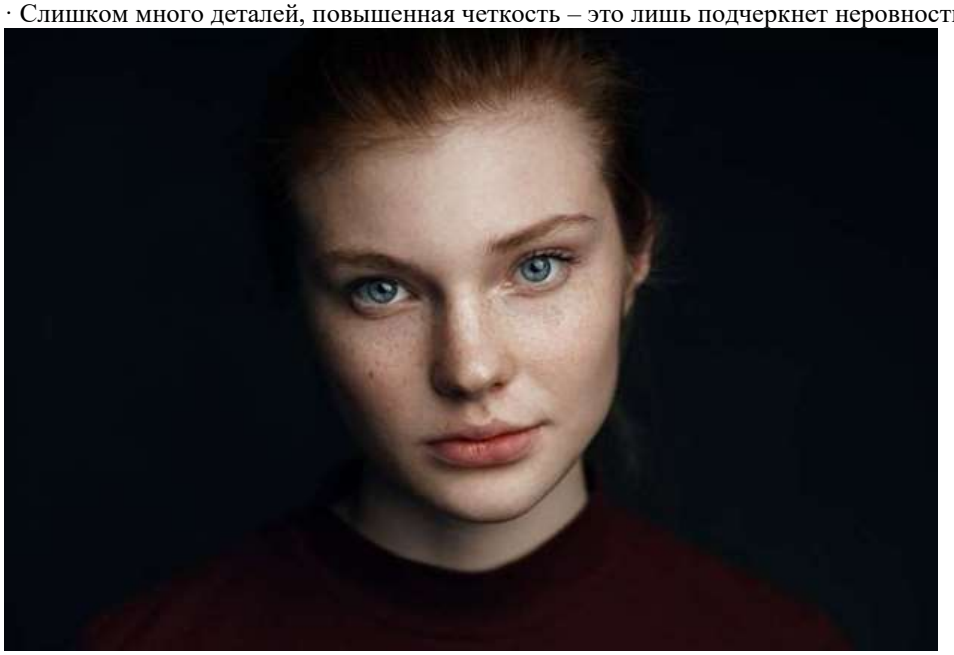
· Закрытая диафрагма – это делает фон слишком ярким, четким, может привести к перестановке акцентов с объекта на декорации.

· Предметы на горизонте, которые «торчат» из готовы.

· Смещенная композиция – объектив, расположенный слишком высоко или низко по отношению к лицу.

· Красные глаза – они получаются при встроенной вспышке. Лучше, чтобы она находилась на большем расстоянии, чем оптика.

· Слишком много деталей, повышенная четкость – это лишь подчеркнет неровности кожи.



Дадим советы по технике фотосъемки портретов:

· Ставьте четкую задачу, какой стиль должен быть у фото – деловой, нестандартный, художественный. Выстраивайте настройки с оглядкой на это.

· Определитесь с местом – студия, город, домашняя обстановка, лес.

· По возможности снимайте не в самой середине дня, когда солнечные лучи могут оставить нежелательные блики, а утром или вечером.

· Сделайте мягкий переход светотени, слишком резкий контраст приведет к драматическому эффекту.
· Прорабатывайте разные световые схемы в условиях студии – можно регулировать положение источников во всех плоскостях.
· Контактируйте с моделью. Вы должны наладить отличные отношения – доверительные. Больше говорите и подсказывайте, в каких позах лучше находиться.
· Закончите курсы в фотошколе, записаться на них можно на сайте videoforme.ru. Специальное обучение поможет работать при разных условиях в конкретном направлении. Вам расскажут основные правила фотосъемки портрета, дадут рекомендации и практические занятия.

Позы

Основной ориентир – они должны быть естественным. Спину нужно держать прямо, следить за тем, чтобы плечи были развернуты. Не сутультесь. Вторая задача – наблюдать, нет ли «скрытых» или «обрезанных» частей тела.
На изображении несколько вариантов:

Настройки фотоаппарата

Мы рассказали об основных параметрах и способах их применения. Теперь дадим краткую справку о каждом из них.

Какой объектив использовать

Для крупного плана возьмите короткий телеобъектив с фокусным расстоянием от 85 мм. Это избавит от искажений и сожмет перспективу, приблизит фон.

Применяйте штатив

Это имеет два преимущества:
· Замедляет фотографа. Иногда это необходимо, чтобы не спешить менять ракурс, а поработать с каждым более вдумчиво.
· Легче взаимодействовать с моделью, поддерживать контакт глаз, когда вы не скрыты за камерой.

Используйте пульт для спуска затвора

Это хорошо работает в комплекте со штативом, когда нужно немного отойти или сделать более длительную выдержку. Второе преимущество – нет микроскопических сотрясений аппаратуры, повышается четкость.

Снимайте в ручном режиме

Автоматический подходит для новичков. Когда вы уже с этим справились, можно начать экспериментировать – только так вы добьетесь оригинального результата.

Выбираем ISO

Это значение должно быть небольшим, чтобы убрать лишние шумы. Оптимальный диапазон от 100 до 400. Лучше начинать с четырехсот, а потом по результатам следить, в какую сторону сдвигать параметры.

Режим фокусировки

Автофокус будет концентрироваться на центральной точке, он должен блокироваться на объекте. Идеально, если это глаза модели. Если вы поменяли ракурс – перефокусируйтесь.

Серийная или покадровая съемка

Мы рекомендуем придерживаться первого варианта. Лучше сделать 1 хороший снимок в минуту, чем 5 плохих в секунду. Дайте себе время на то, чтобы присмотреться к позе и мимике, поймать свет.

Какую диафрагму использовать

Уникального совета нет. Поэкспериментируйте с диапазоном f/1.8 – f/4.

Выдержка

Если вы снимаете со штатива, то длительность этого параметра зависит только от того, насколько неподвижна модель. Это может быть 1/15 и даже 1/8 секунды. Но если вы работаете с группой людей, то не стоит делать ее дольше, чем 1/125.

Баланс белого

Используйте предустановки, например, «дневной свет» или «тень». Они отлично подходят, если правильно учесть реальные условия фотосъемки.

Формат RAW

Это оптимальное разрешение для последующей обработки. У вас появляются возможности для цветокоррекции и регулировки экспозиции.

1. МОБИЛЬНАЯ СЪЕМКА И ЕЕ ОСОБЕННОСТИ.

Для хороших фотографий необходимо дорогое оборудование?

Это миф: чтобы получить качественную и понятную пользователю фотографию, требуется больше, чем просто купить дорогую камеру, объектив или телефон и нажать на кнопку. Намного важнее навыки работы со светом, композицией, фокусировкой и знание базовых правил съемки. Не менее важно, что именно вы снимаете.



Все можно исправить в Photoshop и при помощи пресетов?
Нет, если фотография изначально плохого качества, например, сделана при неудачном освещении, исправить ее в Photoshop будет невозможно. И здесь мы снова возвращаемся к важности базовых фото- и видеонавыков.

Без видео совсем нельзя обойтись?
Можно, но видеоконтент помогает в продвижении существеннее, чем традиционный постинг фотографий. Потенциальные клиенты и подписчики лучше считывают эмоции и цепляются за какие-то триггеры, если смотрят видео, а не читают текст или изучают фотографии.

Нужен ли отдельный специалист для съемки фото и видео в команде?
Если у вас нет рислмейкера, человека, который занимается видеосъемкой, то нет смысла отдавать эту задачу только маркетологу: он, как правило, не отвечает за создание контента.
Но это может быть сильный SMM-специалист, который проходит погружен в контекст и знает тренды, или контент-мейкер: он по совместительству и фотограф и видеомейкер. Важно, чтобы специалист не просто сделал хорошую картинку, но и понимал, как она будет продавать с точки зрения маркетинга.

Что снимать бизнесу?
Шаг 1. Определите, зачем вам это
Говоря о контенте, важно понимать, для чего он создается. Вам необходимо ответить на **три ключевых вопроса**:

- **Какую цель вы планируете достичь?** Например, увеличить количество подписчиков, повысить знание аудитории о продукте, рассказать о новинке и т. д.
- **Для чего аудитория будет смотреть этот контент?** Какую пользу принесет ваша публикация для человека, который ее увидит? Какие эмоции он должен испытать? И должен ли?
- **Как вас запомнят?** С помощью каких фишек вы сможете выделиться среди потока контента? В маркетинге есть теория «шести касаний»: клиенту необходимо шесть раз «коснуться» контента или продукции компании, чтобы запомнить или принять решение о покупке. Сейчас в эпоху клипового мышления количество таких касаний увеличилось до 28. А значит, важность наличия уникальных элементов контента сильно возросла.

Шаг 2. Выясните, в чем ваша уникальность
Важным трендом стала аутентичность. Аудитории нравится видеть создателя, проект, продукт таким, какой он есть — без прикрас и попытки казаться лучше, чем есть на самом деле. Поэтому использование шаблонов вредит контенту: подписчики любят разнообразность, хотят видеть в каждом проекте что-то свое.

Шаг 3. Работайте с инфоповодами
Это необходимое условие создания интересного и актуального контента даже в коммерции. Сейчас аудиторию интересуют крупные достижения, например, создание нового продукта, и социальные истории.
Все это вовлекает подписчиков в закулисную жизнь компании и вызывает интерес к контенту, а также демонстрирует экспертность и нахождение в актуальной повестке.
При этом лучше всего начинать готовиться к инфоповоду заранее: например, за две-три недели. Чем ближе дата, тем больше становится однотипного контента и тем сложнее пользователю найти вас.



Шаг 4. Используйте вечный контент

Как работает вечный контент? Например, вы владеете салоном красоты. Только что вам пришла посылка с новыми продуктами для волос. Из этого события можно создать большое количество контента: пост о самой косметике, отзывы парикмахеров о работе с новыми продуктами, видео до/после, разбор состава с химиками, распаковка.

За основу берется одно событие, даже пусть совсем небольшое, но оно масштабируется под разные форматы для многоразового использования.

Как снимать?

Шаг 1. Не ограничивайтесь фотографиями

Вырабатывайте привычку снимать видео! Это важно, потому что видео — всегда более информативный вид контента, который задействует больше органов чувств зрителя, чем фотография.

Еще видео — вариативный инструмент: всегда можно сделать анимацию или стоп-кадры, которые станут «живым» фотоконтентом, использовать кусочки видео для разных видов контента, например, сторителлинга и т. д. Это вечный инструмент контента.

Шаг 2. Разберитесь в базовых настройках камеры

Достаточно самого минимума: включите режим сетки, чтобы выравнивать горизонт, а видео снимайте в разрешении 4К — так потом будет легче его монтировать. Если хотите сразу выложить видеоряд, выбирайте разрешение 1080, чтобы социальные сети не портили качество. А еще следите за частотой кадров: оптимально — 24-25 кадров в секунду.

Шаг 3. Подберите освещение и декорации

Следите за чистотой кадра: убирайте заранее все предметы, которые не относятся к тематике съемки и будут отвлекать на себя внимание. Если вы снимаете людей, особенно в помещении, оставляйте «воздух» между моделью и фоном — не заполняйте объектом весь кадр.

Помните про важность хорошего и желательно естественного освещения: это упростит вашу работу над готовыми кадрами. Но не стоит снимать при ярком солнце.

Используйте локальные источники света, если съемка проходит в помещении: в таком случае снимаемый объект нужно поместить в непосредственной близости к источнику.

Шаг 4. Ракурсы

С ними можно экспериментировать, как вам нравится. При этом, если вы снимаете человека, важно держать телефон на уровне его глаз — не будет искажения картинки. Если вам нужно запечатлеть небольшой объект в естественных пропорциях, опустите камеру ниже к земле.

Не используйте зум: лучше подойдите к объекту ближе или обрежьте уже получившуюся фотографию. Функция приближения может значительно испортить качество.

Шаг 5. Протрите камеру!

Даже настроив камеру и подобрав удачное расположение объектов в кадре, фотография может не получиться по простой причине — из-за грязной линзы смартфона. Поэтому все фотографы напоминают новичкам: не забывайте протирать салфеткой камеру перед работой.

Шаг 6. Используйте шаблоны

Reels, «VK Клипы», Shorts — все это эффективные инструменты для продвижения, которые нередко бизнес обходит стороной: кажется, что уж для видеосъемки в digital точно нужен профессионал. К счастью, это миф: в социальных сетях всем аккаунтам можно пользоваться шаблонами, которые уже придумали за вас.

Чем чаще вы будете снимать видео, тем больше роликов сможете создать: встроенных шаблонов в соцсетях, как и трендов, очень много. Но: не снимайте видео сразу в социальных сетях — лучше использовать стандартный режим камеры смартфона и уже потом выкладывать.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Роль фотографии в блогинге.
2. Мобильные приложения для съемки фотографий.
3. Правила мобильной фотографии

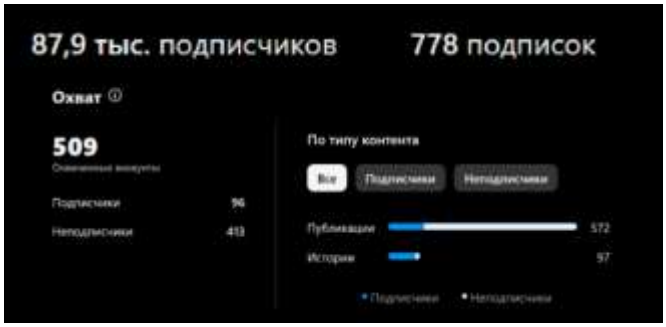
1. Учебная дисциплина. ТЕХНОЛОГИИ БЛОГИНГА
2. Тема лекционного занятия.
Раздел 4. Видеоблоги
Тема 4.2. Продвижение блога
3. Цели занятия.
Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере визуальных решений в блогосфере, обучение системному подходу в рамках визуализации, с их последующим применением в профессиональной деятельности.
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Оптимизация текста для поисковых систем. Установка и настройка профессиональной статистики для блога.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)
Раздел 4. Видеоблоги
Тема 4.2. Продвижение блога
Текст лекции.
1. Поставьте цель для блога в соцсетях
Нередко встречаю специалистов, которые ведут блоги «потому что надо», или потому, что так сказал другой специалист. Вместо того, чтобы постепенно вести читателей к покупке, специалист просто забивает аккаунт публикациями — чтобы были. У такого подхода нет цели — поэтому и результатов тоже нет.
Мы в агентстве на социальные сети смотрим так: это инструмент, с помощью которого можно общаться с аудиторией, находить новых клиентов и продавать услуги. Поэтому выделяем четыре задачи, решают аккаунты и сообщества: увеличить охват, повысить доверие, показать кейсы, продать услуги.



Все четыре задачи можно закрывать одновременно, с помощью одного аккаунта или сообщества
Задача соцсетей — увеличить охват потенциальных клиентов. Социальные сети приносят узнаваемость. Контент, который вы создаёте, расходится по площадкам, его показывают друзьям и родственникам. За аккаунтом следят, подписываются, прислушиваются к эксперту, а рано или поздно обращаются за услугами.



Каждый охваченный аккаунт — это потенциальный клиент, который может зацепиться за контент, а затем обратиться за услугами
Повысить доверие к работе. Работа многих специалистов слишком сложная, чтобы легко найти подрядчика. Заказать дизайнерский или архитектурный проект — не то же самое, что сходить за хлебом. Клиенты подолгу присматриваются, анализируют, сравнивают разных специалистов. Нужно потратить много времени, чтобы доказать, что вам можно доверять.

Убеждать потенциальных заказчиков можно с помощью соцсетей. В них стоит рассказывать о своей работе, делиться полезными советами, объяснять ошибки, которые навредят клиенту. Человек, который вас читает, убедится, что вы разбираетесь в деле — и продать услуги будет проще.



Экспертные публикации показывают, насколько вы разбираетесь в деле. Если рассказывать в блоге тонкости работы, читатели убедятся в вашем мастерстве

Показать кейсы. Проще всего убедить потенциального покупателя, если показать результаты, которых вы уже добились. Расскажите, какую работу уже выполняли, что получилось в результате, сколько времени и денег ушло на реализацию. Потенциальный заказчик наткнётся на пост, и если его желания совпадут с вашим портфолио — обратится за консультацией.



Иногда кейсы упаковывают в сторис, а затем собирают в папки — так их можно легко найти в самом верху аккаунта

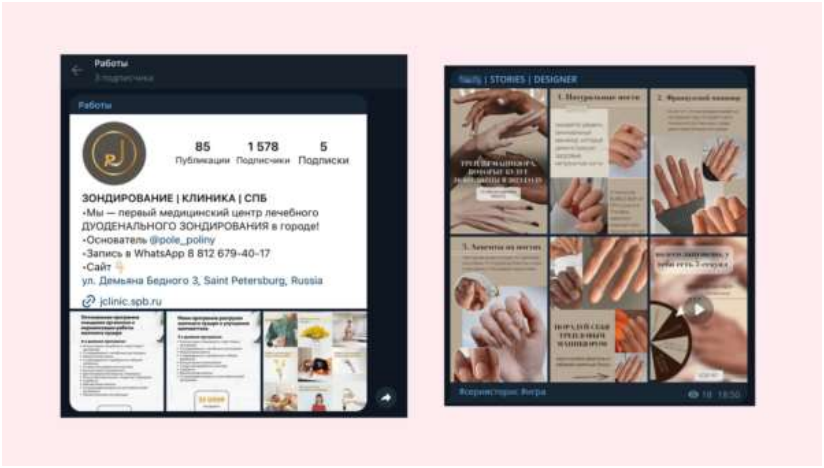
Продать услуги. Через социальные сети вы общаетесь с потенциальными клиентами: сначала цепляете публикациями, затем мотивируете к подписке. Когда человек долго за следит за блогом, он постепенно проникается, начинает доверять вашему мнению. В конечном итоге пишет за консультацией, где вы продаёте ему продукт. Схема выглядит просто, но важно правильно построить стратегию — об этом поговорим позже.

Раскрученный блог даёт дополнительный эффект — признание в сообществе. За вами начинают следить другие специалисты, упоминать в своих аккаунтах и пабликах. Профильные магазины и маркетплейсы часто приглашают на интервью авторов тематических блогов. Они не только размещают статьи и интервью с вашим участием, но и предлагают свои продукты для тестов, предоставляют персональные скидки.

2. Выберите подход к соцсетям

Всего я выделяю два подхода к тому, как специалисты ведут соцсети. Один мне нравится тем, что не нужно заморачиваться, а второй привлекает своей эффективностью:

Собирать портфолио. В этом эксперт просто сохраняет свои проекты в аккаунт или сообщество. Социальные сети превращаются в склад, куда специалист приводит уже прогретых покупателей. Когда во время переговоров заказчик спрашивает об опыте работ — исполнитель просто даёт ссылку на соцсети.



Зачастую в соцсетях-портфолио даже нет подписей — специалисты просто загружают в блог скриншоты или файлы с отчётами

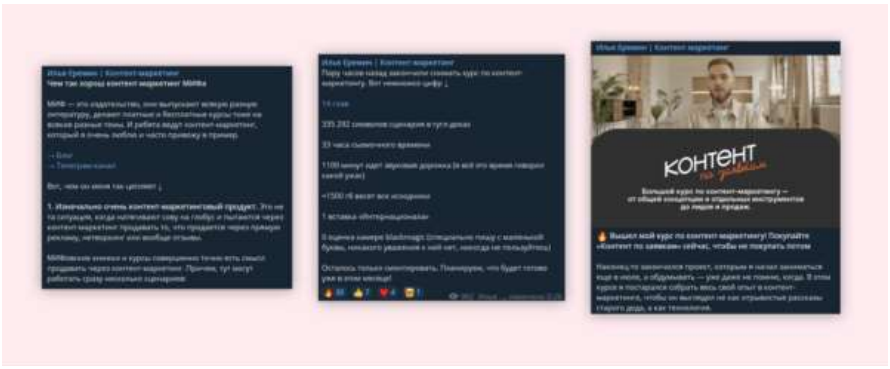
Плюсы:

- подход очень наглядный: сразу видно, что делает специалист, как выглядит итоговая работа;
- соцсети с портфолио можно использовать в продажах, для закрытия сделки.

Минусы:

- аккаунт будет неактивным: даже если на него подпишутся люди, им со временем надоест смотреть только лишь на проекты;
- продвижение придётся строить на сторонней площадке: одними кейсами много подписчиков не наберёшь, поэтому постоянный трафик нужно поддерживать с помощью других инструментов. Например, регулярно вкладываться в рекламу или вести блог на сайте.

Строить контент-маркетинг. В этом случае специалист ведёт полноценный блог, который собирает подписчиков, выстраивает из них лояльное сообщество, продаёт услуги. Соцсети становятся маркетинговым инструментом: привлекает клиентов, убеждает их, а затем закрывает на сделки.



Например, контент-маркетинг строит в своём телеграм-канале выстраивает Илья Ерёмин: он делится с аудиторией полезным контентом, подогревает интерес к своим продуктам и продаёт их в соцсетях

Плюсы:

- Подход системный. Внутри площадки можно выстроить всю воронку продаж;
- Продвижение можно строить на той же площадке, где и находится блог — так привлечение аудитории выходит легче и дешевле;
- Способ работает на всех этапах воронки. Можно делать контент для тех, кто хочет учиться дизайну, ищет подрядчиков, задумывается о ремонте или покупает квартиру. Хотите стать экспертом в профессиональном сообществе — делайте контент для специалистов.

Минус я нахожу только один — способ чуть сложнее. Нужно будет сесть, подумать над продвижением, регулярно писать статьи. Но и результаты выходят куда значительнее

Дальше сосредоточимся на втором подходе — полноценном контент-маркетинге. Про то, как собирать портфолио, пока не расскажу

¯_(ツ)_/¯

3. Определите соцсети для продвижения

Преуспеть можно в любой соцсети, важно выбрать правильный подход. Оцените, где сейчас продвигаются ваши конкуренты, каких результатов при этом достигают. Важно смотреть не только на успешные аккаунты, но и на рынок в целом. Если в соцсети всего несколько раскрученных специалистов, вероятно, площадка плохо подходит для продвижения.

Большинству специалистов я рекомендую ВКонтакте, Инстаграм* и Телеграм. Это популярные соцсети в России, где не сложно продвигаться, а аудитория следит за коммерческими аккаунтами. К ним можно подключить ещё хоть десять площадок, но важно грамотно рассчитывать силы. Лучше качественно работать с тремя соцсетями, чем сразу со всеми, но как попало.



У каждой соцсети свои ограничения и преимущества — под них просто нужно подстроиться

Контент между этими тремя соцсетями может не отличаться. Просто немного адаптируйте его под площадку и публикуйте сразу во всех блогах. В Инстаграме можно добавить чуть больше картинок, в Телеграме — чуть больше текста. А в ВК соблюсти баланс между текстом и изображением.

Помните: у аудитории разные предпочтения. Кто-то чаще сидит в Инстаграме, другие люди — в ВК. Вы можете размещать одни и те же публикации, но охватывать совершенно разных людей.

4. Оформите профиль в соцсетях

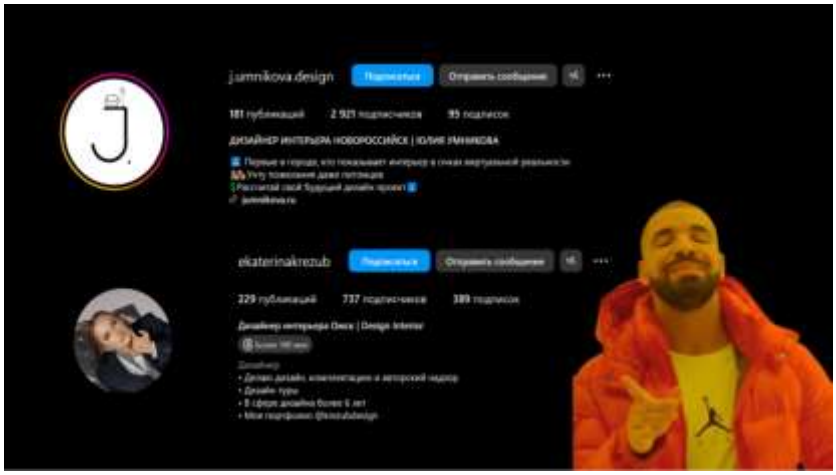
Прежде чем создавать контент и запускать рекламу на блог, оформите профиль. Так пользователи, которые будут заходить в аккаунт или сообщество, не придут в ужас от увиденного. А значит, с большей вероятностью подпишутся и начнут читать посты.

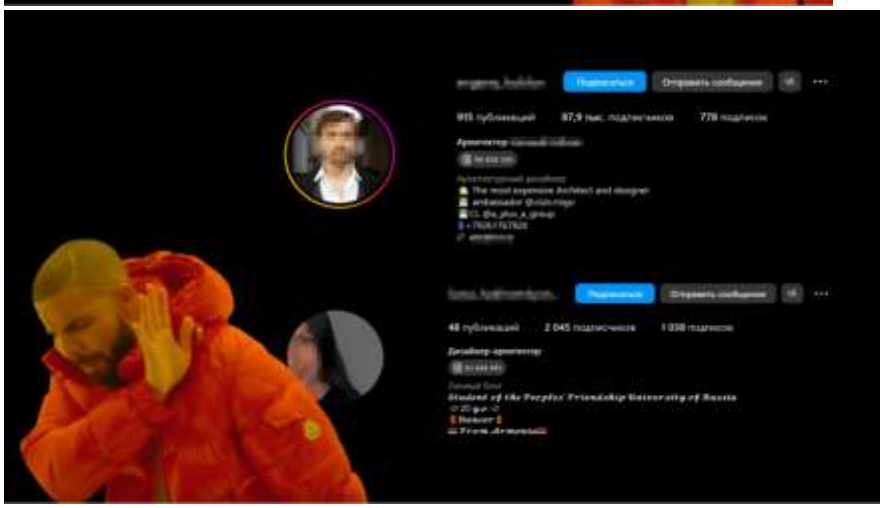
У профилей в соцсетях похожее оформление — можно сделать его по одному принципу, но немного скорректировать размеры картинок. Для примера представим, что нужно подготовить инстаграм-аккаунт* дизайнера интерьера.

Шапка профиля должна быть понятной. Распишите её так, чтобы потенциальный клиент сходу понял, чем вы занимаетесь, и почему стоит обратиться именно к вам. Что написать в шапке:



Пишите по делу, если хотите, чтобы к вам обращались по делу. Рассказы про хобби и детей можно вынести в личный блог





Хайлайты — первое, что увидит пользователь. Скорее всего, потенциальный клиент откроет аккаунт и кликнет на подборки материалов. Они должны увлекать внимание, чтобы человек не заметил, как посмотрел уже сотую историю. Когда он опомнится, скорее всего, подпишется на аккаунт.

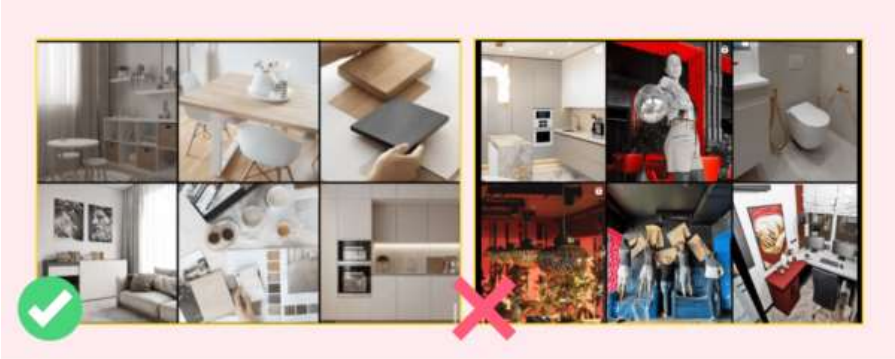
Сделайте понятные и кликбейтные подписи к подборкам. Покажите в них цепляющее слово, создайте интригу или впишите числа. Важно, чтобы у человека появился запрос, чтобы открыть раздел. Самые крутые материалы можно вынести в подборку «Полезно».

Оформление заставки привлекательно. Разработайте единообразные иконки, которые будут цеплять взгляд. Сделайте их в похожем стиле, чтобы вместе они создавали красивую композицию.



Когда на хайлайтах стоят одинаковые иконки, они выглядят аккуратно и стильно. С понятными подписями пользователь сразу понимает, чего ожидать от контента

Добавьте постам фирменную изюминку: оформляйте их в похожих оттенках, накладывайте собственный фильтр. Так аккаунт будет приятно листать — картинки органично сменяют друг друга, а не прыгают вразнобой.



Все публикации в аккаунте слева оформлены в пастельных тонах — из-за этого профиль выглядит аккуратным. В блоге справа цвета идут вперемешку, поэтому посты выглядят не так привлекательно

В некоторых соцсетях могут потребоваться заставки для альбомов, шапки сообществ или иконки меню. Сделайте их в том же стиле, что и остальное оформление — после этого можно работать над контентом.

5. Подготовьте контент

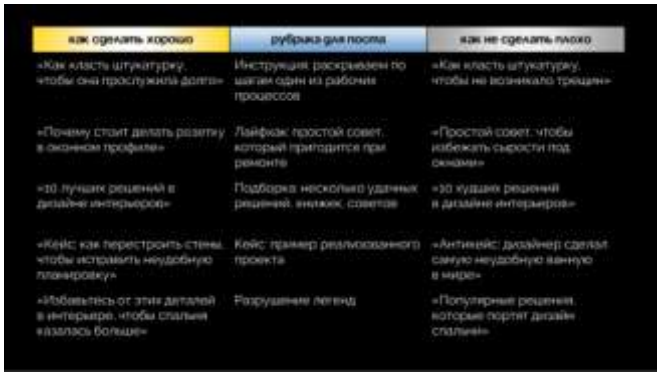
Основа любого блога — полезный контент. Именно за ним в ваш аккаунт заходят пользователи — каждый человек пытается найти решение для своей задачи. В пример снова возьмём дизайнеров интерьера. От блога специалиста ищут советов, как сделать ремонт удобным, какие цвета обоев сейчас в моде, какие стеклопакеты подобрать, как перекрасить ножки у стульев.

Отношения между вами и подписчиком партнёрские: вы помогаете ему с повседневными задачами, а он вас лайкает и покупает услуги. Поэтому не стоит рассказывать, как вы провели день — это интересно только близким. Лучше расскажите, как отремонтировать однушку за 300 тысяч.



Все посты в этом мемасе мы сохраняли из настоящих аккаунтов дизайнеров интерьера. Какое отношение три из них имеют к теме блога — неизвестно

Глобально полезный контент можно разделить на две группы — «как сделать хорошо» и «как не сделать плохо». Это то, чего хочет каждый читатель: вряд ли кто-то сознательно хочет испортить ремонт. Отталкивайтесь от этой потребности и делите контент на рубрики. Простая схема, как это сделать:



Рубрики на схеме подойдут не только для дизайнеров интерьера, но и для любых специалистов. Достаточно подстроить тему под вашу деятельность

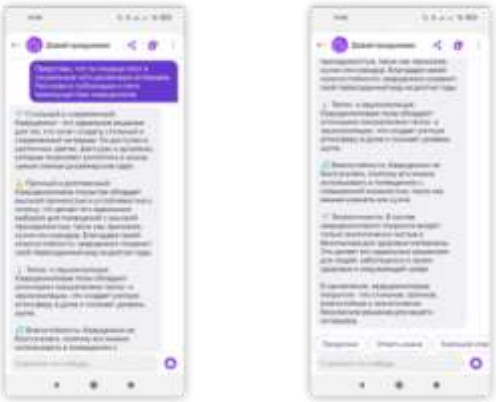
Дополнительно стоит выпускать вовлекающие и охватные посты:

- **Вовлекающие.** Те, что мотивируют взаимодействовать с контентом: поставить лайк, репостнуть, написать комментарии. Так вы выстраиваете диалог с аудиторией, а заодно получаете дополнительные органические охваты с помощью умной ленты. Например, устройте опрос на дискуссионную тему, попросите оценить результат работы, проведите викторину.
- **Охватные.** Посты на широкую аудиторию. Такой контент заточен на то, чтобы пользователи его распространяли — так новая аудитория узнает о вашем аккаунте. Например, это могут быть шутки, в которых многие узнают себя, конкурсы или розыгрыши.



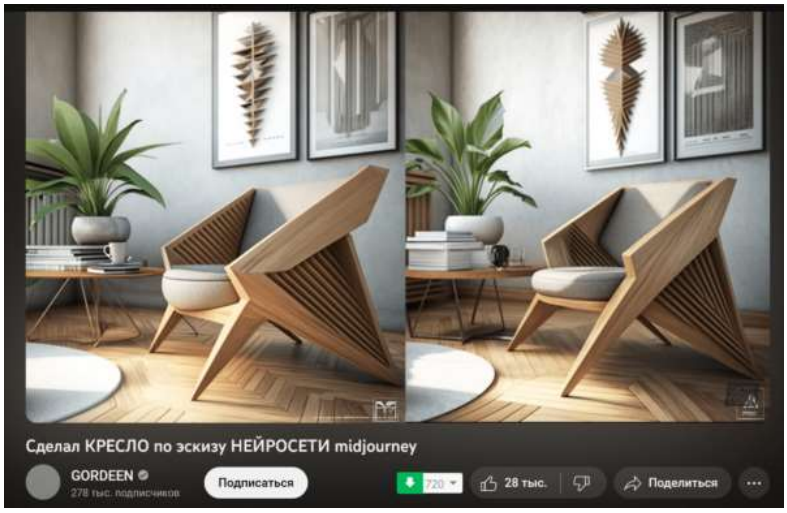
Пример охватного поста: пользователей просили написать комментарий и сделать репост, чтобы поучаствовать в розыгрыше. С помощью такого приёма запись сообщества увидели 87 тысяч пользователей

Чтобы быстрее создавать публикации, можно задействовать нейросети. Можно задать задачу программе, а затем немного скорректировать текст. Для таких задач лучше всего подойдёт ChatGPT, но из России к нему сложно получить доступ. Поэтому можно использовать российские аналоги — GigaChat или YandexGPT.



Пример работы YandexGPT: нейросеть написала пост по запросу — его можно использовать для публикации

Создавать картинки можно в нейросетях для генерации изображений. Самая продвинутая — MidJourney, но к ней тоже затруднительно подключиться из России. Её можно заменить бесплатным, но требовательным Stable Diffusion или Kandinsky от Сбера.



Использование нейросетей не только упрощает работу с контентом, но и открывает креативные идеи. Например, дизайнер мебели на своём YouTube-канале выпилил стул, который придумала программа

Готовый контент можно связывать в воронки. Это такая система, когда вы постепенно погружаете человека в ваш продукт: от знакомства до продажи. Контент в этом случае действует автономно — вы погружаете пользователя в чтение, а затем он постепенно проникается лояльностью к вам без вашего прямого участия. В общем виде схема выглядит так: привлечение → развлечение → продажа. Пару примеров:

- Вы запускаете рекламу на бесплатный мини-курс по дизайну, пользователь регистрируется — вы получаете его контакт. Ваш подписчик постепенно проходит уроки, знакомится с продуктами. В одном из уроков предложите ему вступить в чат одногруппников — там он сможет пообщаться на тему курса и в том числе поболтать с вами. В чате можно анонсировать события, предлагать закрытые скидки — из-за ощущения «закрытого клуба» к спикеру будет больше доверия, и подписчик с большей вероятностью купит продукт.
- Другой пример: вы делаете рилс на популярную тему, где даёте три совета по дизайну интерьера. В описании публикации пишете: ещё больше — в актуальном «ГАЙД». В подборке дайте ещё пару советов, чтобы завлечь читателя, а в конце — дайте ссылку на PDF-файл в обмен на электронную почту. На нём можно запустить рассылку, которая постепенно познакомит подписчика и доведёт его до покупки.

6. Привлеките аудиторию в блог

Для расширения аудитории в соцсетях есть три способа: органическое продвижение, таргетированная реклама и посевы. Первый способ — медленный, но совершенно бесплатный. Если хотите развить блог и превратить его в инструмент для продаж, лучше пользоваться остальными двумя и выделять деньги на рекламный бюджет:

Настройте таргетированную рекламу. Это продвижение внутри социальной сети. Вы выставляете настройки аудитории: пол, возраст, место жительства и интересы. Затем пишете рекламную публикацию и отправляете в продвижение. Каждые 1 000 показов с вас будут списывать деньги — как правило, от 50 до 150 ₽ в зависимости от социальной сети.

instagram	вконтакте	telegram
Продвинутый рекламный кабинет, с которым можно выставлять точные настройки аудитории	Самая дешёвая реклама из всех перечисленных соцсетей	Можно продвигаться на подписчиков профильных каналов и переманивать их в свой блог
Можно автоматически комбинировать разные сочетания текста и иллюстрации, чтобы протестировать эффективность	Правила площадки позволяют рекламировать сторонние платформы — можно незадорого привлекать подписчиков в Telegram	
минусы		
Не получится запускать рекламу из России и на российскую аудиторию	Настраивать аудиторию лучше с помощью сторонних сервисов — скорее всего, потребуется специалист	Минимальный рекламный бюджет для создания кабинета — 3000 евро. Через партнерские агентства — 1500 евро
Рекламный кабинет часто блокируют	Рекламный кабинет перестраивают: новая версия работает нестабильно	Рекламный кабинет работает не так давно — интерфейс неудобен для продвижения

У таргетированной рекламы на каждой из площадок есть свои ограничения, но всё равно стоит равномерно развивать каждую соцсеть — так вы сможете стимулировать естественный прирост подписчиков

Внешне таргетированная реклама выглядит так же, как обычные публикации в ленте. Единственное отличие — пометка, что запись продвигается. Чтобы реклама выделялась среди других записей, стоит сделать её

привлекательнее: например, добавить личное обращение к пользователю, расписать знакомую проблему или описать главную выгоду вашего товара или услуги.



Слева — пост из таргетированной рекламы в ВК. По каждой такой публикации в рекламном кабинете можно отследить подробную статистику, как на скриншоте справа

Закупите рекламу у блогеров. Вы договариваетесь с владельцем крупного аккаунта или блога, и предлагаете рассказать о вашем продукте. Сделать это можно тремя способами: оплатить публикацию, предложить бартер взамен на услуги или взаимный пиар. Тогда блогер напишет о вас, а вы — о блогере.

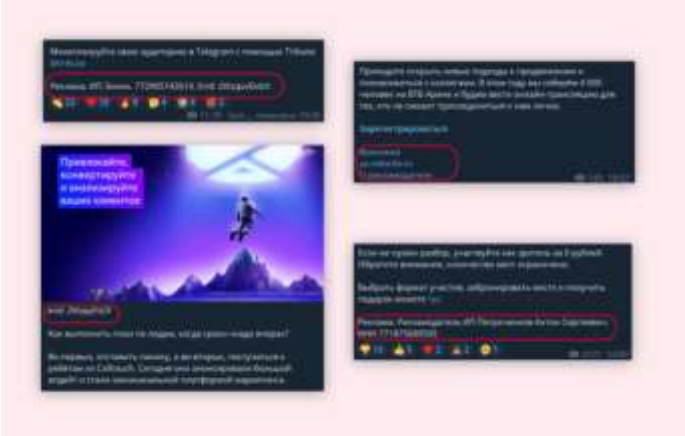
Рекламные публикации для закупки строятся по схожему принципу, что и для таргетированной рекламы. Иногда их составляет сам блогер, чтобы запись в аккаунте выглядела естественно. Несколько тонкостей, которые стоит учесть:

- Нужно тщательно подбирать блогеров. Проверять их статистику по охватам, оценивать, насколько лояльная у спикера аудитория. Бывает, что специалист накручивает подписчиков, поэтому от рекламы почти не получается выхлопа.



Отследить накрутку можно по графикам подписок. Например, канал на скриншоте внезапно начал прибавлять ровно по 100 подписчиков в течение 10 дней — такой бурный, но равномерный рост очень похож на накрутку

- Рекламу можно подавать напрямую или нативно. Нативная реклама — когда блогер прикидывается, что рекомендует продукт от себя, чтобы поделиться интересной информацией. Иногда такой подход уместен, но зачастую подписчики раскрывают мухлёж и обвиняют блогера в обмане.
- С сентября 2023 закон о рекламе ужесточился. Теперь все рекомендательные публикации нужно размечать специальным рекламным токеном — ERID. Если этого не сделать, ФАС может заподозрить вас в нечестной рекламе и оштрафовать.



Когда изменения к закону о рекламе вступили в силу, блогеры стали добавлять к публикациям информацию о рекламодателе

Сделайте пост в коллаборации. В соцсетях можно продвигаться с помощью публикаций в соавторстве. Специалист размещает пост в своём блоге, а затем то же самое делает другой эксперт. Форматы взаимодействия могут быть разными: например, можно разделить пост на две части и разместить по разным сообществам, организовать спецпроект или даже поменяться блогами на пару дней.

Публикации в коллаборации лучше всего работают в Инстаграме* — на площадке для этого есть специальная кнопка. При указании соавтора пост появляется в лентах сразу двух аккаунтов. Это может быть платное продвижение при помощи более крупного блогера, либо бесплатная договорённость с автором, у которого похожая аудитория.



Я и сам использую такой способ: например, недавно публиковал рилс, который собрал 75 тысяч просмотров при моей тысяче подписчиков

Для постоянного прироста подписчиков стоит совмещать разные способы продвижения. Это поможет удешевлять рекламу и находить выгодные каналы для привлечения читателей. Тогда вы сможете обновлять аудиторию блога, поддерживать высокие охваты и вовлечённость.

7. Оцените результаты работы с соцсетями

Для работы с соцсетями большую часть времени требуются всего три метрики: охват, вовлечённость и конверсия. Их нужно отслеживать для аккаунта в целом и каждой отдельной публикации в частности — так вы поймёте, какие решения были наиболее удачными, а какие — наоборот, и повторять их не стоит.

Охват показывает, сколько уникальных пользователей увидело ваш пост или аккаунт. Один человек добавляет к статистике только одну единицу охвата. Если он просмотрит десять записей, то прибавит десять просмотров и всего один охват. По этому показателю можно оценивать, насколько эффективно вы расширяете свою аудиторию.

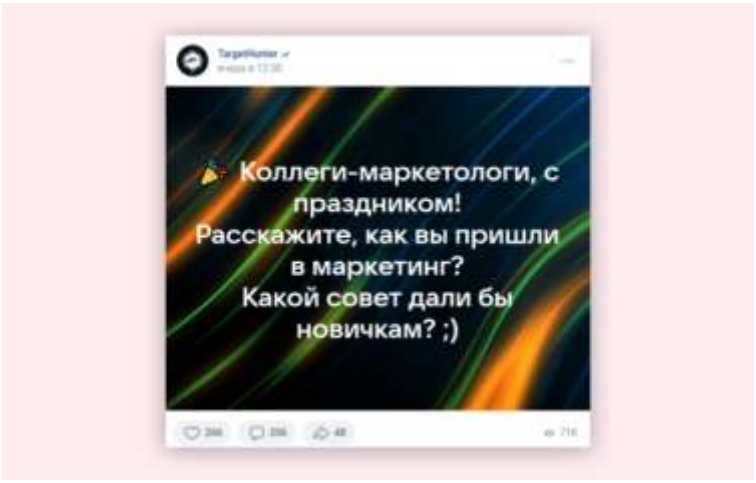


Охват в статистике блога делится на несколько видов: так можно отследить, насколько активно подписчики следят за вами, и какой прирост в аудитории даёт реклама

Вовлечённость — это индекс активности вашей аудитории. Чем чаще подписчики ставят лайки, репостят и комментируют публикации, тем выше вовлечённость. Она обозначается как ER и рассчитывается по формулам:

- ERview — вовлеченность на количество просмотров: (лайки + репосты + комментарии) / сумма просмотров;
- ERday — вовлеченность за период: (лайки + репосты + комментарии) / количество подписчиков в день замера;
- ERpost — вовлеченность на пост: (лайки поста + репосты поста + комментарии поста) / количество подписчиков в день замера.

Показатель отражает, насколько интересен ваш контент аудитории. Чем он выше, тем чаще ваши посты алгоритмы будут считать интересными и показывать новым пользователям.



Авторы блогов специально повышают вовлечённость — например, проводят опросы среди аудитории и провоцируют волну комментариев

Конверсия показывает, как много пользователей перешли по вашей ссылке. Это процент аудитории, которая прочитала пост, а затем щёлкнула по ссылке на продукт, который вы предлагаете. Так можно отследить, насколько эффективно сработала публикация, сколько продаж или подписчиков она принесла.

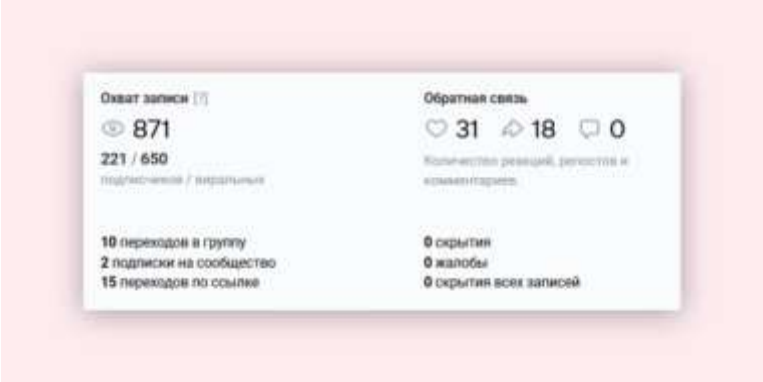
CTR рассчитывается по формуле: ***CTR = количество кликов / количество показов × 100***

Например, если вашу запись увидели 150 человек, и 3 из них кликнули по ссылке, CTR будет таким: 3 / 150 × 100 = 2%.

Чтобы отслеживать переходы эффективнее, можно расставлять в ссылках UTM-метки. Это специальные обозначения, которые помогают фиксировать статистику переходов из конкретной ссылке. Так аналитика будет более подробной.

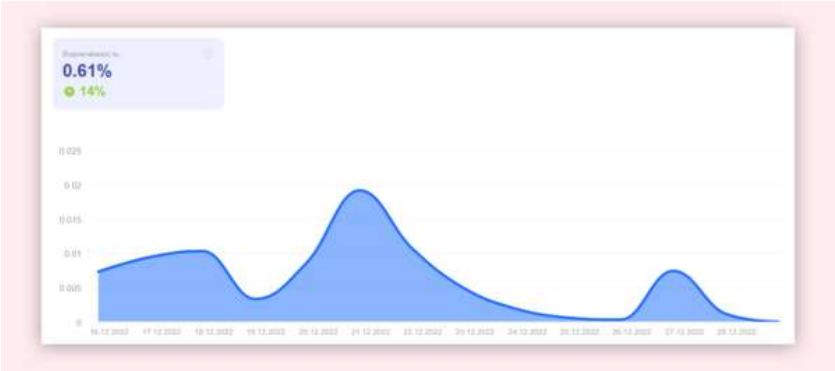
В ссылке можно проставить площадку и источник трафика, указать рекламную кампанию, конкретный пост и дату, чтобы позже проанализировать, какие публикации привлекли больше заявок на услуги. Например, можно

посмотреть, сколько переходов в магазин было из поста, который вышел в пятницу. А затем сравнить с результатами публикаций в этом аккаунте и на площадке в целом.



Ограниченная статистика есть в самих социальных сетях: вы сможете посмотреть, сколько человек кликнуло на ссылку в посте, но не узнаете, сколько из них купили товар или услугу

Чтобы не зарыться в расчётах, можно задействовать системы аналитики. Например, JagaJam или Popsters. В сервисах можно указать период сбора статистики и интересующий показатель — система выгрузит отчёт за минуту, в то время как вручную работа отняла бы пару часов.



Так выглядит отчёт о вовлечённости в JagaJam: можно отследить показатели в динамике, или посмотреть данные за конкретный период. Похожие отчёты можно получить и в других сервисах, например, Popsters

Помните: самый главный показатель — то, как работа с соцсетями отражается на вашем бизнесе, сколько прибыли и заявок она приносит. При размещении публикаций наблюдайте, как они влияют на обращения в личные сообщения и продажи. Например, в наших соцсетях не так много подписок, зато мы каждую неделю получаем из них 4–5 заявок на услуги. Этот эффект гораздо важнее для бизнеса, чем охваты и вовлечённость.

Коротко: 7 шагов, чтобы запустить соцсети

1. **Поставьте цель для блога:** увеличить охват, повысить доверие, показать кейсы, продать услуги. Контент и аналитику нужно подстраивать под те задачи, которые стоят в приоритете.
2. **Выберите подход к соцсетям:** собирать в них портфолио или строить контент-маркетинг. В первом случае вы сможете показывать кейсы, чтобы закрывать сделки с клиентами. Во втором — использовать соцсети как для продаж, так и для привлечения новых клиентов.
3. **Определите соцсети для продвижения.** Посмотрите, на каких площадках продвигаются конкуренты, и заведите блог на нескольких из них. В большинстве случаев я рекомендую ВК, Инстаграм* и Телеграм. Контент блогов на разных площадках может не отличаться — достаточно лишь немного его адаптировать.
4. **Оформите профиль в соцсетях.** Распишите всё так, чтобы пользователь сходу понимал, чем вы занимаетесь, и за какими услугами к вам можно обратиться. Подготовьте привлекательный дизайн, чтобы блог вызывал больше интереса.
5. **Подготовьте публикации в блог.** За основу возьмите полезный контент — тот, который решает проблему читателя. Поделитесь советами из своей практики и расскажите, как не допустить ошибок. Сопроводите регулярный контент вовлекающими и охватными публикациями, чтобы поддерживать активность в блоге.
6. **Привлеките подписчиков.** Для этого создавайте посты для широкой аудитории, которые будут активно распространять. Чтобы ускорить прирост подписчиков, подключите платное продвижение: таргетированную рекламу, публикации у блогеров и посты-коллаборации.

7. **Проанализируйте результаты работы.** Измерьте, как от ваших действий меняются охват, вовлечённость и конверсии. Не гонитесь за высокими показателями в соцсетях — в первую очередь смотрите на то, как блог влияет на бизнес. Чтобы не тратить на сбор статистики много времени, подключите сервисы аналитики соцсетей.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. ТЕХНОЛОГИИ БЛОГИНГА
2. Тема практического (семинарского) занятия -
РАЗДЕЛ 1. Что такое блоги. Основы блоггинга
Тема 1.1. Теоретические основы блогинга
Тема 1.2 Жанровая специфика блогов.
3. Цели занятия.
Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере визуальных решений в блогосфере, обучение системному подходу в рамках визуализации, с их последующим применением в профессиональной деятельности.
4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Технические основы работы в сети. Правовые основы работы в сети. Специфика различных соцсетей. Видеоблогер. Блогер-лидер мнений. Блогер-журналист.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Какие технические основы работы в сети.
2. Какие правовые основы работы в сети.
3. Какая специфика различных соцсетей.
4. Что значит личный бренд.
5. Какие разновидности блогов и специфика каждой блог-платформы
6. Что такое Standalone блоги

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Тема практического занятия: **Самопрезентация как форма управления впечатлением**
Форма практического задания: контрольная работа*, дискуссия по выполненной* контрольной работе.

Темы контрольной работы:

1. Блоги в Вконтакте
2. Блоги в Дзен
3. Блоги в Одноклассниках
4. Блоги в Telegram
5. Блоги на условно-доступных площадках
6. Видеоблогер как амплуа
7. Блогер-лидер мнений
8. Блогер-жерналист-информационщик
9. Блогер-военкор
10. Блогер-звезда шоу-бизнеса и спорта.

Рубежный контроль к разделу 1.
Форма рубежного контроля: контрольная работа
РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля –
Форма рубежного контроля: контрольная работа
Тема эссе: «Блогер –это журналист или нет?»
Контрольная работа:
Назовите определения «блога», «блогера» и «блогосферы»;
Обозначьте дату возникновения первого блога и имя его автора;
Приведите схему развития блогов в мировой сети;
Назовите цели пользователей, удовлетворяемые блогами;
Приведите типологию блогов по особенностям контента;

Выделите основные функции блогов;
Назовите наиболее популярные на сегодняшний день платформы блогосферы, опишите аудиторию каждой из них. Что их отличает? Какова специфика каждой аудитории?
Приведите примеры профессий, появившихся в связи с развитием блогосферы;
Обозначьте особенности контента, относительно наиболее актуальных платформ блогосферы;
Какие особенности методов продвижения вы наблюдаете при взаимодействии с разными социальными сетями?

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. ТЕХНОЛОГИИ БЛОГИНГА
2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Создание блога

Тема 2.1. Дизайн блога

Тема 2.2. Контент-план. Типы и виды контента.

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере визуальных решений в блогосфере, обучение системному подходу в рамках визуализации, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные правила подбора иллюстраций. Сочетания цветов. Использование графических элементов. Понятие «контент». Виды контента. Правила создания контента. Актуальность и уникальность как основные достоинства контента	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Основные правила подбора иллюстраций.
2. Сочетания цветов.
3. Использование графических элементов.
4. Особенности ведения фотоблога.
5. Роль фотографии в блогинге.
6. Мобильные приложения для съемки фотографий.
7. Правила мобильной фотографии

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Тема практического занятия: СОЗДАНИЕ БЛОГА

Форма практического задания: **контрольная работа***, дискуссия по выполненной* контрольной работе.

Темы контрольной работы:

1. Копирайтинг в блогинге
2. Рерайтинг в блогинге
3. Этические правила рерайтинга
4. Композиция текста в блоге
5. Зависимость контента от вида площадки
6. Журналистская статья и блогерский пост: общее и особенное.

Рубежный контроль к разделу 2.

Форма рубежного контроля: контрольная работа

Тема эссе: «Каким должен успешный блог с точки зрения дизайна и контента?»

Контрольная работта:

1 Назовите основные типы контента, встречающиеся в блогосфере;
2 Перечислите основные элементы образовательного контента;
3 Какова основная цель коммуникационного контента?
4 Какие инструменты используются в продающем типе контента?
5 Какие типы контента наиболее часто встречаются в формировании контента
6 коммерческих аккаунтов?
1 Приведите примеры введения первых персонажей;
2 Когда мы начали использовать персонажей, как своеобразную форму трансляции информации?
3 В чем основная задача, возлагаемая автором на персонажа?
4 Поясните термин «аватаризация»;
5 Какова была цель создания первого цифрового инфлюенсера?
6 Приведите примеры коммерческих работ цифровых блогеров;
7 Каких виртуальных персонажей в российской блогосфере вы можете привести в пример?
8 Назовите тенденции, которые будут спровоцированы популяризацией использования виртуальных персонажей;

9 Опишите явление: цифровые модели, как трендсеттеры среди молодежной аудитории;
10 Поясните: интеграция цифровых персонажей в офлайн-среду.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

1. Учебная дисциплина. ТЕХНОЛОГИИ БЛОГИНГА
2. Тема практического (семинарского) занятия -

РАЗДЕЛ 3. Программы для блогеров

Тема 3.1. Текст, структура текста

Тема 3.2. Основы работы в видеои фоторедакторах CupCut и photoshop express

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере визуальных решений в блогосфере, обучение системному подходу в рамках визуализации, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Виды текстов: новостная заметка, интервью, репортаж. Интерфейс программы. Инструмент «Разделить» и «Скорость». Инструмент «Удалить фон» и «Анимация». Инструмент «Стабилизация» и «Кадрирование».	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Какие бывают виды текстов?
2. Чтотакое новостная заметка?
3. Что представляет под собой интервью
4. Что представляет под собой репортаж.
5. Для чего читать и разбирать тексты.
6. Для чего и как пользоваться текстовыми редакторами Word, программами Блокнот
7. Какую информацию должна содержать кода (концовка)?
8. Приведите примеры рациональных аргументов.
9. Приведите примеры доводов, имеющих эмоциональный характер.
10. Оптимизация текста для поисковых систем

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 3

Тема практического занятия: СОЗДАНИЕ БЛОГА

Форма практического задания: **проект,** дискуссия по итогу проекта

Тема проекта

Написание текстов различной стилистики для постов в блоге (в группе Вконтакте, Дзен, Телеграмм), Игры со словами, фактчекинг

Рубежный контроль к разделу 3.

Форма рубежного контроля: эссе, Творческое задание

Тема эссе: «Для чего блогеру владеть программным обеспечением, и может ли оно гарантировать успех?»

Творческое задание:

1) Сделать и отредактировать фотографии в photoshop express, убрать шумы, настроить цветокоррекцию
2) Необходимо выполнить видеомонтаж сцены и наложение звуковой дорожки в программе для монтажа. Кадры нужно подрезать вначале и в конце. Переход между кадрами не должен быть заметен. Проект необходимо сохранить в файл в формате mp4, midi, video

Задания на контрольную работу

Выбрать жанр и подготовить, фотосет для размещения в социальных сетях. Разместить фотосет в своих социальных сетях и провести анализ реакций подписчиков.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

1. Учебная дисциплина. ТЕХНОЛОГИИ БЛОГИНГА
2. Тема практического (семинарского) занятия -

РАЗДЕЛ 4. Видеоблоги

Тема 4.1. Основы фото и видео съёмки

Тема 4.2. Продвижение блога

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере визуальных решений в блогосфере, обучение системному подходу в рамках визуализации, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Фото и видео оборудование для блога. Работа со светом. Мобильная съемка и ее особенности. Оптимизация текста для поисковых систем. Установка и настройка профессиональной статистики для блога	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Установка и настройка профессиональной статистики для блога.
2. SocialMediaMarketing.
3. Правовые основы работы в сети интернет.
4. Особенности продвижения корпоративного бренда в сети интернет.
5. Мастерство написания заголовков.
6. Какие digital-стратегии для бизнеса бывают.
7. Теория сетевых сообществ.
8. Контекстная реклама.
9. Реклама блогера в социальных сетях

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 4

Тема практического занятия: СОЗДАНИЕ БЛОГА

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по итогу контрольной работы

Темы контрольной работы

1. SMM для блогера
2. Психологические основы продвижения блога в сети интернет
3. Управление репутацией в сети интернет.
4. Защита авторских прав и интеллектуальной собственности.
5. Разработка позиционирования блога.
6. Аудит социальных сетей.

Рубежный контроль к разделу 4.

Форма рубежного контроля: Эссе, творческое задание, контрольная работа

Темма эссе: «Можно ли с помощью продвижения сделать популярным блог «на пустом месте»?»

Творческое задание: Снять видео визитку о себе.

Можно использовать закадравый голос, перекрывающие элементы.

Требования: содержательный, до 3 минут, динамичный, с выстроенной логической цепочкой, темотической музыкой, отснятый по всем правилам видео съемки, рзрешение 1080p, 30 fps

Контрольная работа:

1. Рынок современного видеоблогинга.
2. Видеоблог как новый инструмент информационной и коммерческой деятельности.
3. Event в социальных сетях.
4. Автоматизация постинга. Отложенный постинг.
5. Разработка SMM-стратегии.
6. Создание анонсов для публикаций в блоге.
7. Принципы оформления постов.
8. Принципы оформления страниц в социальных сетях.
9. Промоутирование контента блога.
10. Сервисы создания необычного контента.

11. Принципы верстки блога.
12. Оформление публикаций блога.
13. Принципы ведения блога и монетизации его контента

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

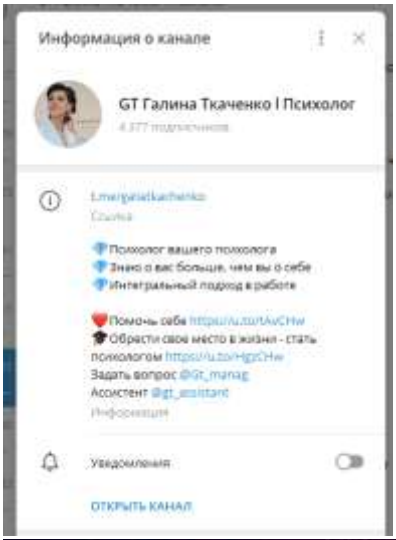
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. Что такое блоги. Основы блоггинга

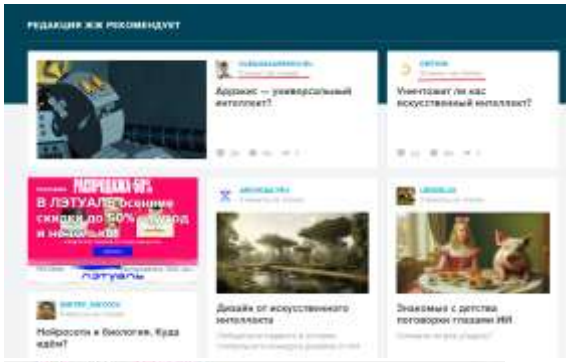
Тема 1.1. Теоретические основы блогинга















Тема 1.2 Жанровая специфика блогов.

Не преусмотрены

РАЗДЕЛ 2. Создание блога

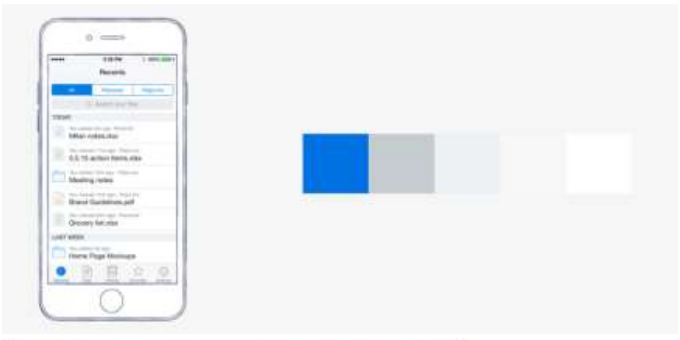
Тема 2.1. Дизайн блога.













60%
30%
10%


NETTube
BEAUTIFUL FORM.
PERFECT FUNCTION.
GET
YOUR
BOUNCE
ON!

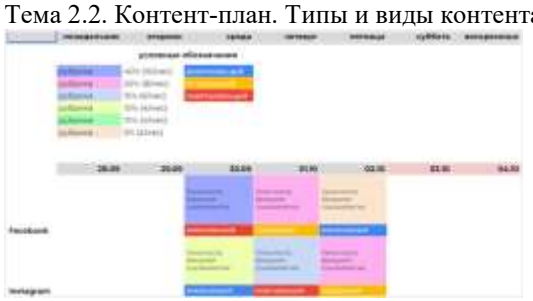

facebook
Asprey


SUMMER OBSESSION
iMac Pro
Power to the pro.
Dropbox



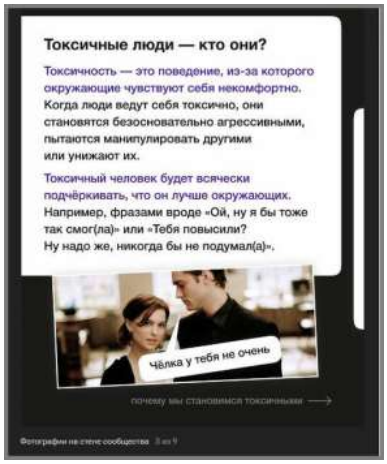


Тема 2.2. Контент-план. Типы и виды контента.









Выражение чувств

Британский педиатр и детский психоаналитик Дональд Винникотт был убежден, что в любом, даже в самом здоровом ребенке есть агрессия, и считал, что смысл первых лет жизни — в том, чтобы свободно выражать «плохие» чувства без угрозы потерять любовь и без страха возмездия.

Чтобы человек смог исследовать свой эгоизм и агрессию, ему нужно бросить вызов тому, кто способен его выдержать — то есть родителям. Если ребенок хочет всех вокруг уничтожить, задача взрослых — дать этому гневу выход, но устоять при этом самим. Тогда ребенок получит ценнейший опыт: можно спокойно проживать негативные эмоции и не разрушаться.

4

СберКот
17 сен 2022 в 10:00

Хеллоу!
Вот так бы я начал, увидев звонок от Куси, но не успел — она сразу сбросила. Эх, видимо снова закончились деньги на телефоне.

«Не дело» – подумали мы с Рыком и предложили Кусе простой лайфхак, который позволит оставаться всегда на связи и пополнять счёт в два клика 😎

Тут не нужно открывать сайты операторов, вспоминать пароли от личного кабинета, выходить на улицу и искать банкомат и вот это вот всё...

Если ты являешься клиентом Сбера, просто повторяй за мной:

Заходи в мобильное приложение Сбербанк Онлайн → «Платежи» → Мобильная связь → Выбор оператора → Вводи сумму и подтверждай платёж.

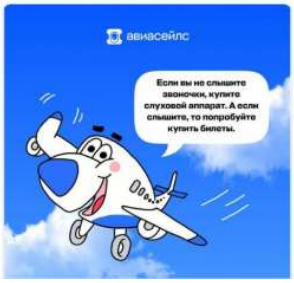
Проверни то же самое с оплатой мобильной связи для друга или попробуй по быстрой ссылке для себя: https://trk.mail.ru/c/i77wj7

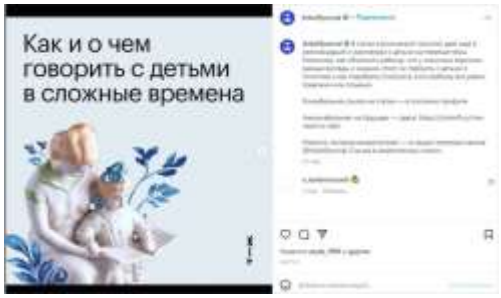
Рассказывай в комментариях, знал о такой опции?

P.S. Кстати, Кусе я уже соточку закинул, и вот мы снова обсуждаем, какой мем нам постить следующим 😉

wisnales
@wisnales

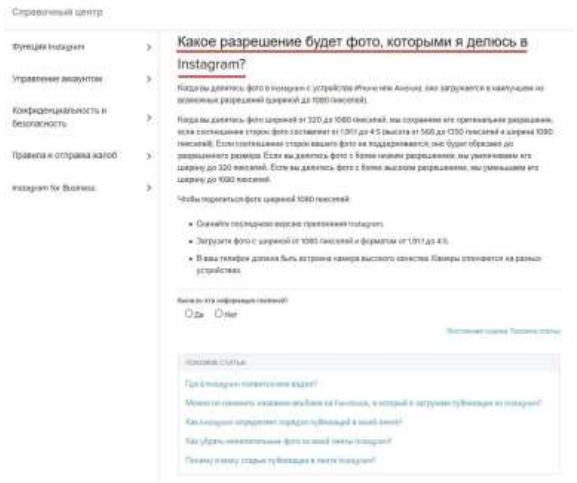
совет от Самолёши:





РАЗДЕЛ 3 Программы для блогеров

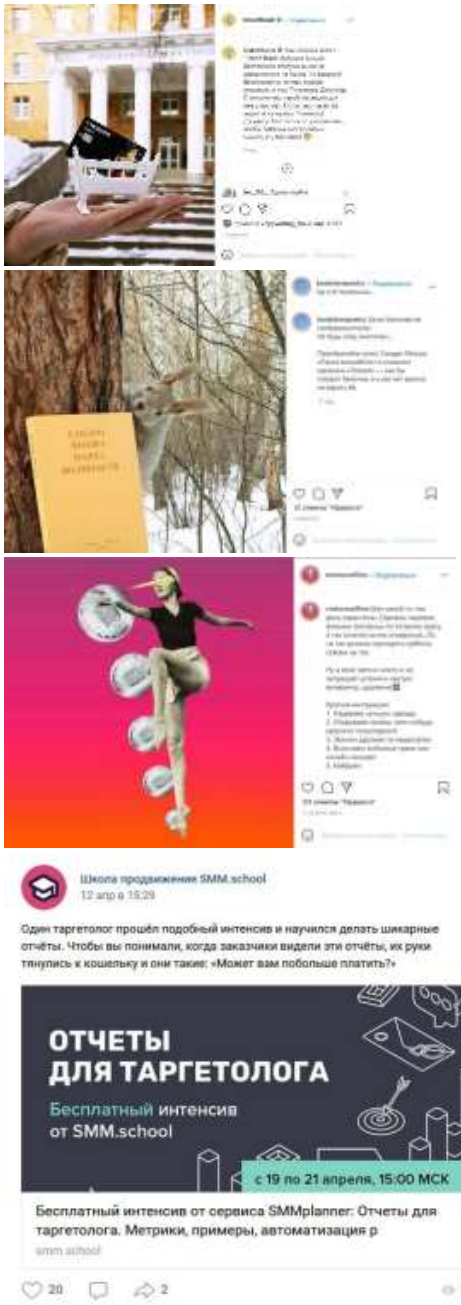
Тема 3.1. Текст, структура текста.











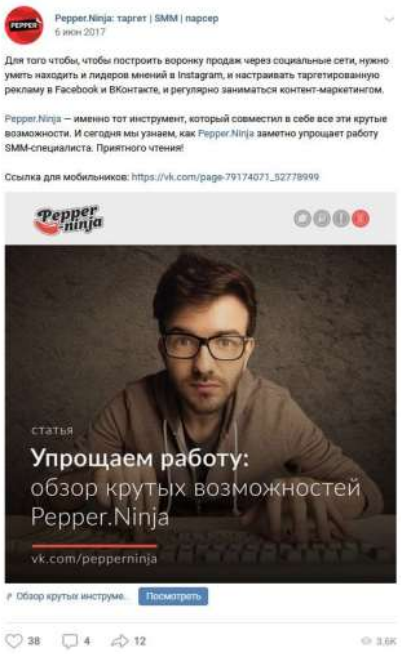
Школа продвижения SMM.school
12 апр в 15:29

Один таргетолог прошёл подобный интенсив и научился делать шикарные отчёты. Чтобы вы понимали, когда заказчики видели эти отчёты, их руки тянулись к кошельку и они такие: «Может вам побольше платить?»

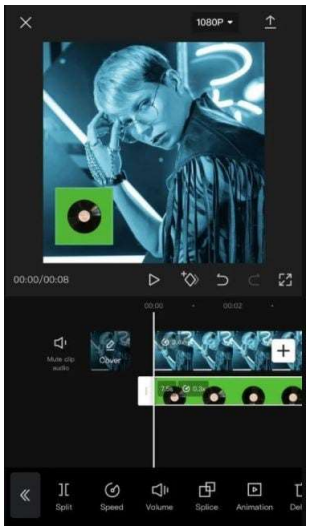
Бесплатный интенсив от сервиса SMMplanner: Отчеты для таргетолога. Метрики, примеры, автоматизация р

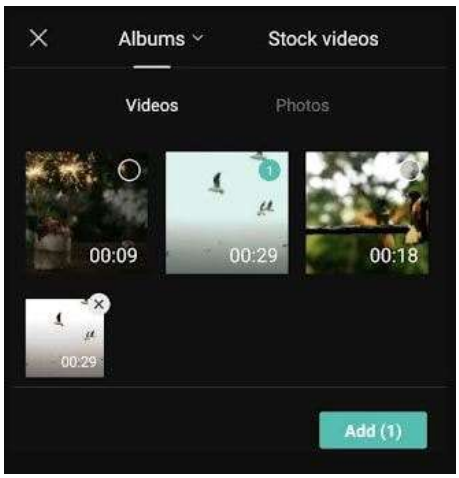
smm.school

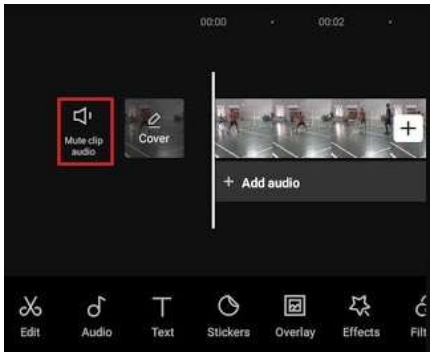
20 2 1.3K

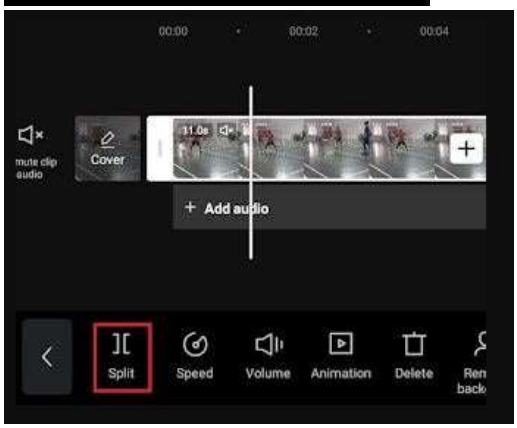


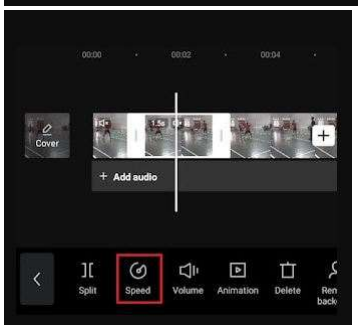
Тема 3.2. Основы работы в видеои фоторедакторах CupCut и photoshop express

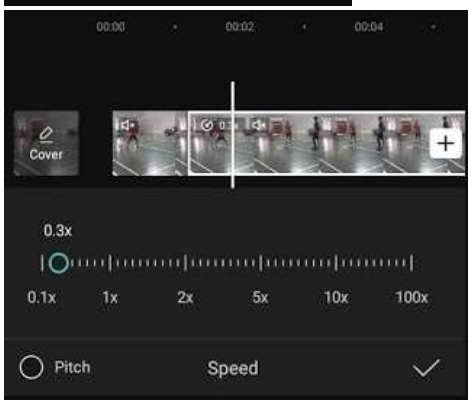












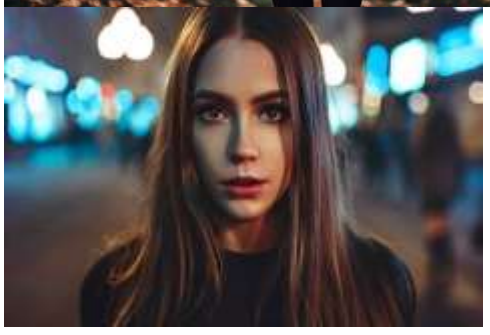
РАЗДЕЛ 4 Видеоблоги
Тема 4.1. Основы фото и видео съёмки











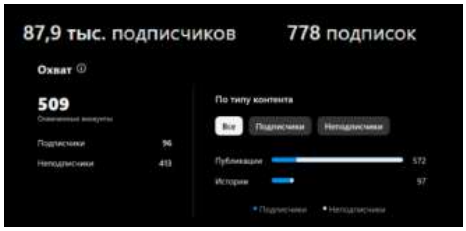


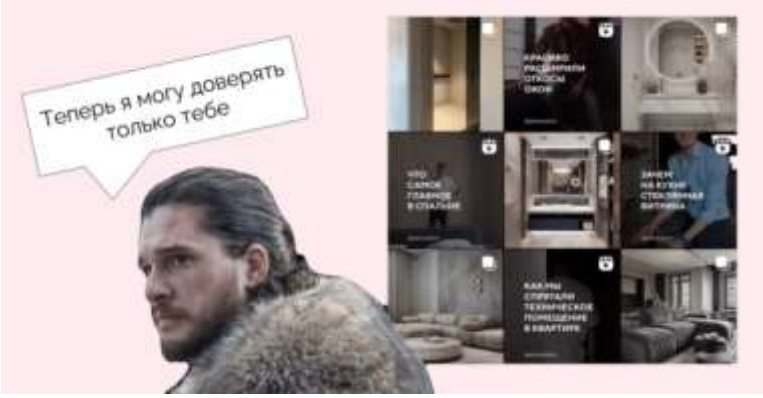




Тема 4.2. Продвижение блога






Теперь я могу доверять только тебе


T 50 m2
A 119 m2
K 85 m2
CH 52 m2
L 105 m
ЕРМЕНСАЙ
ЖК AMIR
ЖК NOMAD
DUMAN
ОТЗЫВЫ

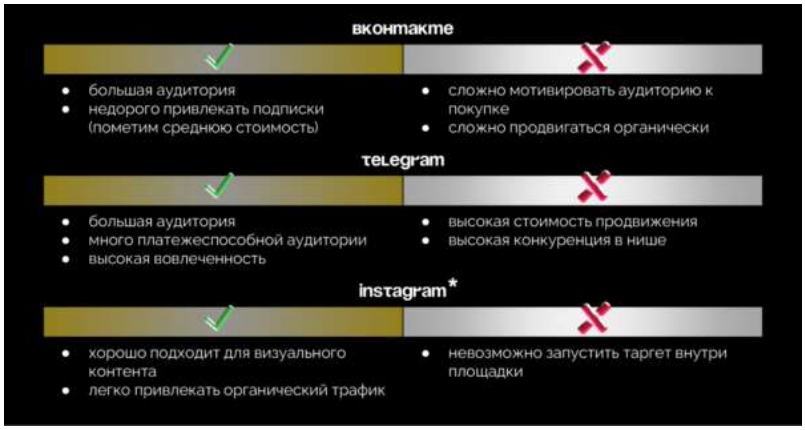

Работы
Работы
85 Публикации
1 578 Подписчики
5 Подписки
ЗОНДИРОВАНИЕ | КЛИНИКА | СПБ
•Мы — первый медицинский центр лечебного ДУОДЕНАЛЬНОГО ЗОНДИРОВАНИЯ в городе!
•Основатель @pole_poliny
•Запись в WhatsApp 8 812 679-40-17
•Сайт
ул. Демьяна Бедного 3, Saint Petersburg, Russia
jclinic.spb.ru


STORIES | DESIGNER

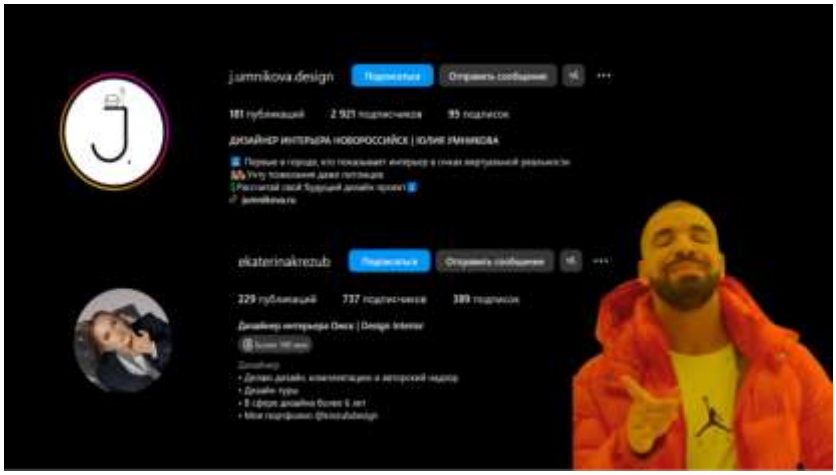

Чем так хорош контент маркетинг MARe

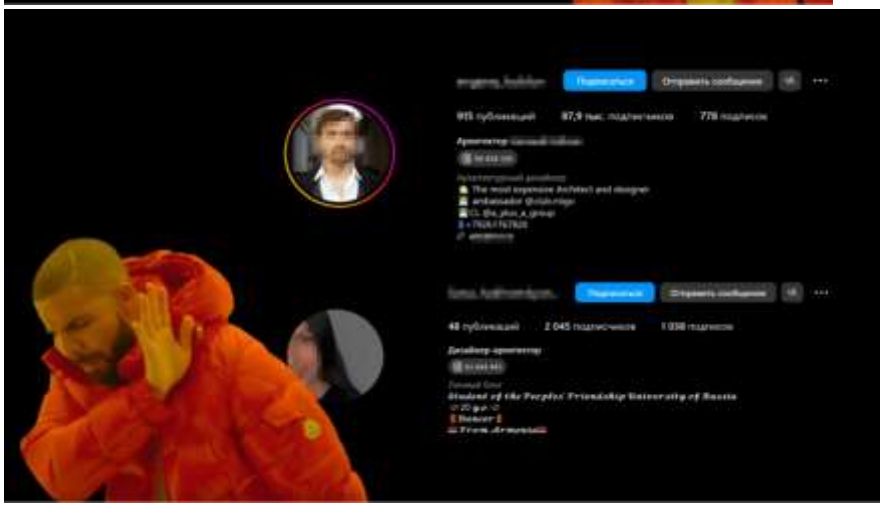



КОНТЕНТ

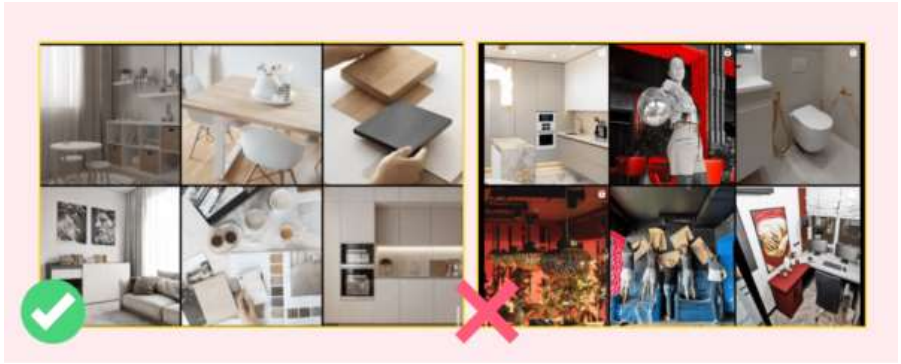

вконтакте
большая аудитория
недорого привлекать подписки (пометим среднюю стоимость)
сложно мотивировать аудиторию к покупке
сложно продвигаться органически
telegram
большая аудитория
много платежеспособной аудитории
высокая вовлеченность
высокая стоимость продвижения
высокая конкуренция в нише
instagram*
хорошо подходит для визуального контента
легко привлекать органический трафик
невозможно запустить таргет внутри площадки


Ваш род занятий, либо имя и фамилия если вас ищут по ним
Креативное название блога
Чем вы занимаетесь, УТП
Чем вы занимаетесь вне работы, хобби
Почему вам стоит доверять
Отвлеченная информация
Ссылку на продукт, таплинк
Ссылку на другие соцсети
итоге
Дизайнер интерьера | Москва
Подготовлю проект квартиры за 3 дня
В портфолио 350+ работ
Мой сайт с советами по ремонту: example.ru
Анюта PRO дизайн
Мама двух ангелочков и дизайнер
Подпишись на блог
Мой канал о готовке: example.ru

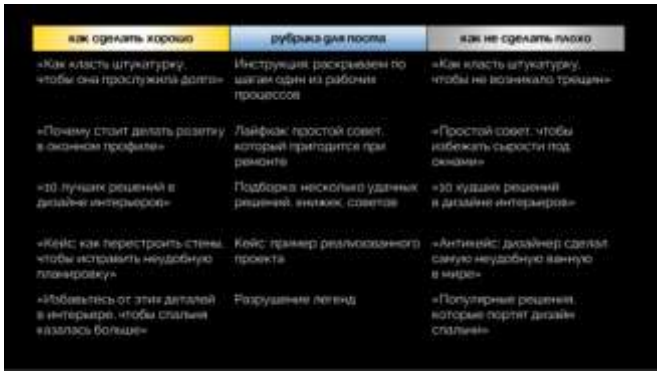

j.umnikova.design
Подписаться
Отправить сообщение
101 публикаций
2 921 подписчиков
95 подписок
ДИЗАЙНЕР ИНТЕРЬЕРА НОВОРОССИЙСК | ЮЛИЯ УМНИКОВА
ekaterinakrezub
329 публикаций
737 подписчиков
389 подписок


915 публикаций
778 подписок
48 публикаций
2 045 подписчиков
1 038 подписок







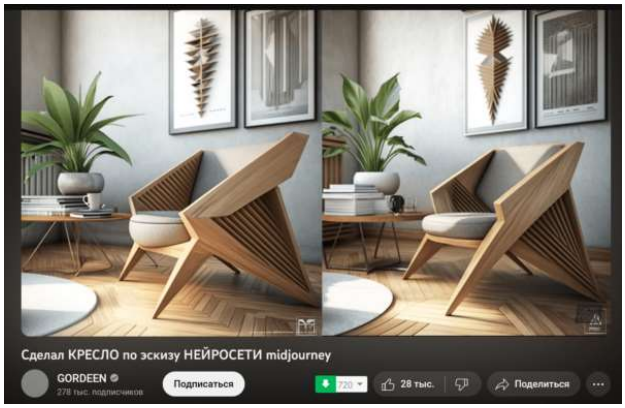


как сделать хорошо	рубрика для поста	как не сделать плохо
«Как класть штукатурку, чтобы она прослужила долго»	Инструкция: раскрываем по шагам один из рабочих процессов	«Как класть штукатурку, чтобы не возникало трещин»
«Почему стоит делать розетку в оконном профиле»	Лайфхак: простой совет, который пригодится при ремонте	«Простой совет, чтобы избежать сырости под окнами»
«10 лучших решений в дизайне интерьеров»	Подборка: несколько удачных решений, книжек, советов	«10 худших решений в дизайне интерьеров»
«Кейс: как перестроить стены, чтобы истрамить неудобную планировку»	Кейс: пример реализованного проекта	«Антикейс: дизайнер сделал самую неудобную ванную в мире»
«Избавьтесь от этих деталей в интерьере, чтобы спальня «казалась больше»	Разрушение легенд	«Популярные решения, которые портят дизайн спальни»





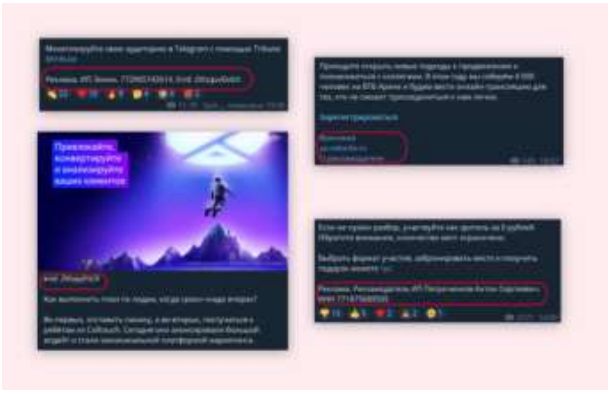


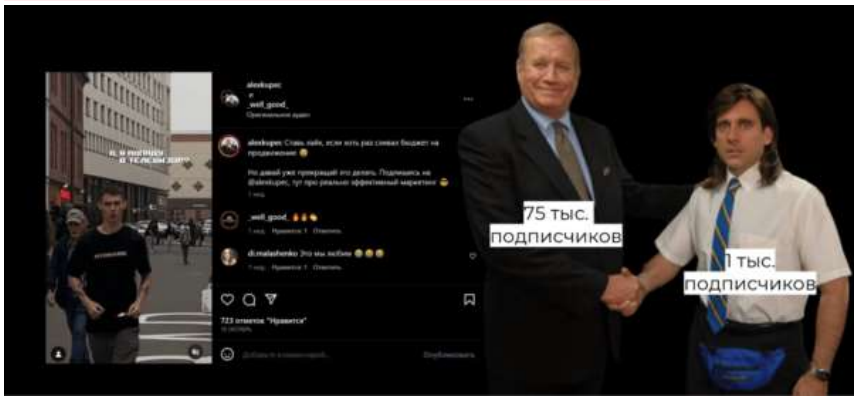


instagram	вконтакте	telegram
Продвинутый рекламный кабинет, с которым можно выставлять точные настройки аудитории	Самая дешёвая реклама из всех перечисленных соцсетей	Можно продвигаться на подписчиков профильных каналов и переманивать их в свой блог
Можно автоматически комбинировать разные сочетания текста и иллюстрации, чтобы протестировать эффективность	Правила площадки позволяют рекламировать сторонние платформы — можно незадорого привлекать подписчиков в Telegram	
минусы		
Не получится запускать рекламу из России и на российскую аудиторию	Настраивать аудиторию лучше с помощью сторонних сервисов — скорее всего, потребуется специалист	Минимальный рекламный бюджет для создания кабинета — 3000 евро. Через партнерские агентства — 1500 евро
Рекламный кабинет часто блокируют	Рекламный кабинет перестраивают: новая версия работает нестабильно	Рекламный кабинет работает не так давно — интерфейс неудобен для продвижения

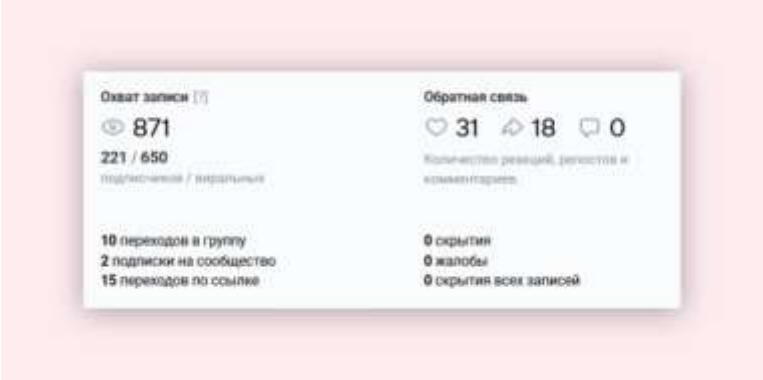


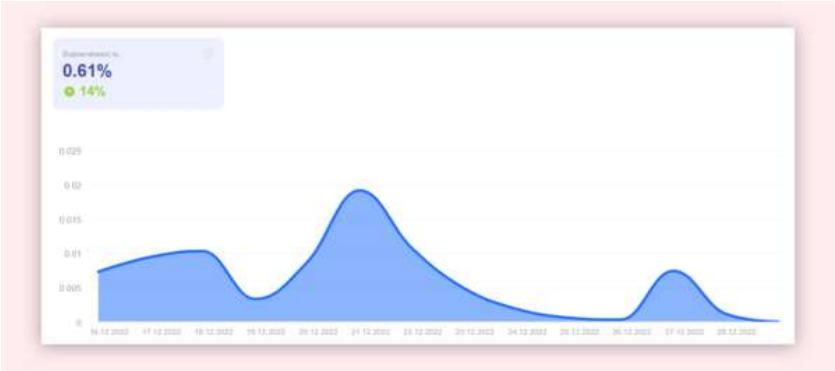

Subscribers number growth
week
month
year
all period
D
W
M
TGStat.com




75 тыс.
подписчиков
1 тыс.
подписчиков




Охват записи
871
221 / 650
Обратная связь
31
18
0
10 переходов в группу
2 подписки на сообщество
15 переходов по ссылке
0 скрытия
0 жалобы
0 скрытия всех записей


0.61%
14%

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИ

Направление подготовки
«42.03.02 Журналистика»

Направленность
Журналистика

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г..

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При

неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. Введение в предмет. Вербальный модус медиапроекта	
Тема 1.1. Введение в дисциплину	Креатив и творчество. Поэзия как поле креатива. Параллелизм, отголоски дорефлективного традиционализма, синкретизм и его рецепция у современной публики. Экспериментирование с фольклором. Сказка и сказочный код, морфология сказки (В.Я. Пропп), сценарий сказки в современных текстах. Кумуляция и цикл как принципы сюжет построения. Драма как поле креатива. Катарсис и его типы. Фрейдистская модель творчества, сублимация. Проза как поле креатива. Риторические основы дискурса, риторический канон (Аристотель, Квинтилиан, Цицерон), мнемонические стратегии, сообщение о сообщении (метатексты). Мнемоника как дискурсивная цель. Текст в тексте и текст о тексте. Металепсис. Хула (псогос, троллинг) и похвала Литературный канон: мировой, национальный, школьный, индивидуальный. Способы канонизации. «Вечные» сюжеты и образы в литературе и культуре. «Историй всего четыре», дискурс о любви, о человеке: стратегии упаковки, круг образов и концептуальных схем. «Здравый смысл» и «остроумие» как проблема креативного письма. Стратегия «остроумия» (Б. Грасиан, Э. Тезауро), «рощи метафор» афоризмы, максимы, загадки (кеннинги) и другие нарративные примитивы. Перифрастические и парафрастические конструкции. Пуант как «конечная точка» креатива. «Слом», «изумление» как эффект («меравилья», «вау-эффект»); стратегия создания новеллистического и анекдотического текста.
Тема 1.2. Создание и обработка фото и видео контент	Нарратив: определение и цели. Дискурс и его языковая упаковка. Дискурсивные шаблоны. Ритуал как дискурсивная цель. Десемантизация. Виды ритуалов, конвенциональная схема. ГОСТ как схема ритуала. Текст-провокация, текст-шантаж, текст-убеждение. Форматы и стратегии. Виды провокации, «срыв гипотезы» как прием. Стратегии шантажа. Основные принципы убеждения (Тезис, аргументы, виды доказательства) Автор — адресат — реципиент:

	референтная группа, способы адресации. Замысел как этап коммуникации. Реакция реципиента как проблема. Текстопорождение как лингвистическая и филологическая проблема. «Теория порождающей грамматики», Н. Хомский. Язык как мышление. Гипотеза Сепира-Уорфа. Вторичные знаковые системы.
РАЗДЕЛ 2. Визуальный модус медиапроекта	
Тема 2.1. Фотосъёмка и обработка изображений. Съемка и монтаж видео	История фотографии. Композиция. Цвет. Съемочная техника. Цифровая камера. Пейзажистрит-фото. Натюрморт. Портрет. Фотоистория. Обработка изображений. Монтаж как принцип экранного осмысления действительности. Как видит художник?. Сопоставление кадров по Эйзенштейну и Гриффиту. Понятие монтажный лист. Последовательный монтаж и виды прямых соединений. Две схемы последовательного монтажа. Линейный и нелинейный монтаж. Драматургия и монтаж как выразительное средство. Рождение образов. Внутрикадровый монтаж как основа документального наблюдения. Взаимодействие оператора, автора, режиссера. Виды соединений и принципы монтажа. Монтажная фраза. Раскадровка, аниматика. Создание монтажных листов к этюдам и наблюдениям. Понятие режиссерский сценарий. Ассоциативный монтаж. Уровни ассоциаций в композиции произведения. Параллельный монтаж. Практика съемки и видеомонтажа.
Тема 2.2. Основы компьютерной графики	Векторная и растровая графика. Графические редакторы. Монтажные программы. Форматы и разрешение изображений. Основы композиции, ее виды. Работа с цветом. Виды цветовых кругов, цветовые модели. Гармония цветовых сочетаний. Психологияцвета.
РАЗДЕЛ 3. Аудиальный модус медиапроекта	
Тема 3.1. Запись и монтаж звука	Анализ истории аудио культуры XX века и ее направлений, а так же формы искусства звукового отражения действительности, появившиеся на рубеже XX-XXI веков; искусство звука; природа звука; арсакустика и др. Современные аудио-проекты, выставочные звуковые проекты (музеи, видеоарт, подкасты, инсценировки на радио, пьесы идр). Аудиокультура. Звукорежиссура. Работа с звуковыми архивами. Разработка концепции авторского аудиопроекта и сценарий проекта. Физические характеристики звука и его восприятие. Оборудование для работы со звуком. Запись в студии. Работа у микрофона. Монтаж и редактирование аудиофайлов.
Тема 3.2. Создание музыкальной композиции	Основы работы с интерфейсом базовых программных продуктов. Работа с аудиодорожками и клипами. Инструменты. Работа с аудио-эффектами и автоматизация дорожек. Основы синтеза и режим сессии. Send/Return дорожки и эффекты. Диджеинг. Структура трека, сведение и мастеринг.
РАЗДЕЛ 4. Проектная деятельность по созданию цифрового контента	
Тема 4.1. Основы создания цифрового контента	Основные понятия в веб-разработке, работа с конструкторами сайтов. Основы языка разметки документов. Основы языка оформления стилей документа Табличная верстка. Блочная верстка. Дизайн-макет. Верстка сайта по макету. Доменные имена и хостинг. Основы WordPress. Темы, шрифты и плагины для WordPress.
Тема.4.2. Проектная деятельность по создания контента	Что такое проект? Что такое управление проектами? Роли в проекте. Заказчик проекта. Команда проекта. Пять важных параметров работы: объем работ, качество, сроки, стоимость, риски. Жизненный цикл проекта: определение целей проекта; планирование проекта и решение о том, как он будет выполняться; реализация проекта и достижение его результатов; проверка соответствия результатов исходным целям; завершение проекта и использование результата. Целевая аудитория и планирование. Зачем и для кого мы это делаем? Определение целевых групп проекта и каналов коммуникации. Что мы хотим получить?

	Результат проекта. Что мы делаем? Описание элементов и содержания проекта. Как мы это делаем? Основные этапы подготовки и реализации проекта. Системы планирования и реализации проекта. Разработка идеи и целей проекта. Составление портретов целевой аудитории проекта. Планирование ресурсов и бюджета проекта. Составление плана реализации проекта. Распределение ролей в проекте. Разработка стратегии продвижения проекта. Проработка рисков.

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде

предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ.

Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Введение в предмет. Вербальный модус медиапроекта

Тема 1.1. Введение в дисциплину

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные целевые установки речи.
2. Кретиавный дискурс и ложь: проблемы разграничения.
3. Сенекианская модель творчества.

4. Платоновская модель творчества.
5. Аристотелевская модель творчества.

Тема 1.2. Создание и обработка фото и видео контент
Вопросы для самоподготовки:

1. Фрейдистская модель творчества.
2. Поэзия как поле креатива.
3. Параллелизм
4. Синкретизм.
5. Драма как поле креатива.

РАЗДЕЛ 2. Визуальный модус медиапроекта
Тема 2.1. Фотосъёмка и обработка изображений. Съемка и монтаж видео
Вопросы для самоподготовки:

1. Вечные образы, вечные сюжеты.
2. Сказка как тип нарратива, морфология сказки.
3. «Нанонарративы» и их особенности.
4. Здравый смысл и остроумие как нарративные проблемы.
5. Эго-тексты как нарративная проблема.

Тема 2.2. Основы компьютерной графики
Задания для самоподготовки:

1. Съемка по теме «История фотографии». (произвести, продемонстрировать)
2. Съемка по теме «Пейзажи стрит-фото». (произвести, продемонстрировать)
3. Съемка портрета. (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать) (самостоятельно выбрав).
4. Произвести постобработки снимка (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
5. Съемка серии фотографий по теме на выбор. (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)

РАЗДЕЛ 3. Аудиальный модус медиапроекта
Тема 3.1. Запись и монтаж звука
Вопросы для самоподготовки:

1. Прототипирование интерфейса мобильного приложения
2. Создание мультимодального проекта
3. Мнемонические стратегии и практики.
4. Пуант как проблема, новеллистический и анекдотический дискурс
5. Мнемонические стратегии и практики.

Тема 3.2. Создание музыкальной композиции
Задания для самоподготовки:

1. Создание мини-сериала или подкаста (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
2. Создание аудио сказки. (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
3. Использование семплов и аудиодорожек (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
4. Использование плагинов и midi-дорожкек (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
5. Использование пресетов и эффектов (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)

6. Аранжировка трека (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)

РАЗДЕЛ 4. Проектная деятельность по созданию цифрового контента
Тема 4.1. Основы создания цифрового контента
Вопросы для самоподготовки:

1. Пуант как проблема
2. Новеллистический дискурс и Анекдотический дискурс
3. Катарсис.
4. Проза как поле креатива.
5. Канон как проблема.

Тема 4.2. Проектная деятельность по создания контента
Задания для самоподготовки:

1. Сведение треков (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
2. Создание музыкальной композиции (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
3. Создание простого одностраничного сайта (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
4. Создание многостраничного сайта (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
5. Создание покадрового сценария истории из 6–7 кадров.
6. Создание видеоролика с использованием параллельного монтажа. (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)
РАЗДЕЛ 1. Введение в предмет. Вербальный модус медиапроекта
Тема 1.1. Введение в дисциплину
Иллюстрации:



Тема 1.2. Создание и обработка фото и видео контент
Не предусмотрена.

РАЗДЕЛ 2. Визуальный модус медиапроекта
Тема 2.1. Фотосъёмка и обработка изображений. Съемка и монтаж видео
Иллюстрации:



Идеи для обработки фотографий

Тема 2.2. Основы компьютерной графики

Иллюстрации:



РАЗДЕЛ 3. Аудиальный модус медиапроекта

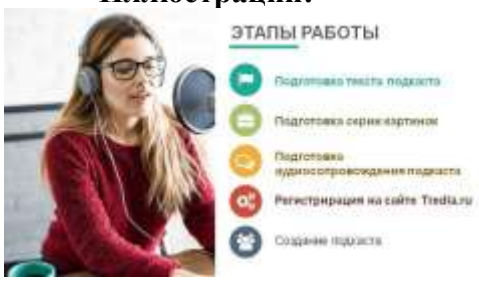
Тема 3.1. Запись и монтаж звука

Иллюстрации:



Тема 3.2. Создание музыкальной композиции

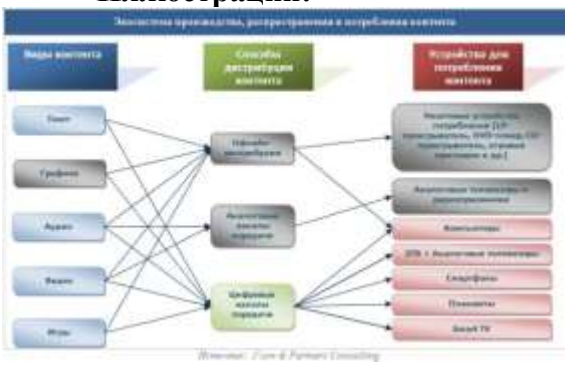
Иллюстрации:



РАЗДЕЛ 4. Проектная деятельность по созданию цифрового контента

Тема 4.1. Основы создания цифрового контента

Иллюстрации:



Тема 4.2. Проектная деятельность по создания контента

Иллюстрации:



2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИ» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по

заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных

преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Выделите главное, составьте план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью

отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с

современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана

одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;

5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;

6. анализ и толкование полученных в работе результатов;

7. выводы и оценки;

8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;

– в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;

– знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;

– свободное владение терминологией;

– ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;

– единичные ошибки в терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;

– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;

– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

– незнание терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;

3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;

4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;

5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИ

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 1. Введение в предмет. Вербальный модус медиапроекта

Тема 1.1. Введение в дисциплину

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Креатив и творчество: понятие, содержание	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Текст в тексте и текст о тексте	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Перечень изучаемых элементов содержания

Креатив и творчество. Поэзия как поле креатива. Параллелизм, отголоски дорефлективного традиционализма, синкретизм и его рецепция у современной публики. Экспериментирование с фольклором. Сказка и сказочный код, морфология сказки (В.Я. Пропп), сценарий сказки в современных текстах. Кумуляция и цикл как принципы сюжет построения. Драма как поле креатива. Катарсис и его типы. Фрейдистская модель творчества, сублимация. Проза как поле креатива. Риторические основы дискурса, риторический канон (Аристотель, Квинтилиан, Цицерон), мнемонические стратегии, сообщение о сообщении (метатексты). Мнемоника как дискурсивная цель. Текст в тексте и текст о тексте. Металепсис. Хула (псогос, троллинг) и похвала Литературный канон: мировой, национальный, школьный, индивидуальный. Способы канонизации. «Вечные» сюжеты и образы в литературе и культуре. «Историй всего четыре», дискурс о любви, о человеке: стратегии упаковки, круг образов и концептуальных схем. «Здравый смысл» и «остроумие» как проблема креативного письма. Стратегия «остроумия» (Б. Грасиан, Э. Тезауро), «рощи метафор» афоризмы, максимы, загадки (кеннинги) и другие нарративные примитивы. Перифрастические и парафрастические конструкции. Пуант как «конечная точка» креатива. «Слом», «изумление» как эффект («меравилья», «вау-эффект»); стратегия создания новеллистического и анекдотического

текста.

Вербальная коммуникация

1. *Понятие и специфика вербальной коммуникации.*
2. *Язык как знаковая система.*
3. *Семиотика как наука о знаках.*
4. *Речевое общение. Функции речи.*

1. ***Понятие и специфика вербальной коммуникации***

Одним из основных средств коммуникации является речь, речевое общение, называемое так же вербальной коммуникацией. По подсчетам ученых, человеческое общение (коммуникация) на две трети состоит из речевого общения.

Речь является самым универсальным средством коммуникации, поскольку при передаче информации при помощи речи менее всего теряется смысл сообщения. Правда, этому должна сопутствовать высокая степень общности языкового кода и понимания ситуации участниками коммуникативного процесса.

Вербальная коммуникация (ВК) – это информационно-смысловой обмен между людьми, происходящий посредством речи, естественного языка. *В процессе ВК при помощи речи осуществляются кодирование и декодирование информации (сообщения, смысла): коммуникатор в процессе говорения кодирует, а реципиент в процессе слушания декодирует эту информацию. И тот, и другой оперируют при этом словами, понятиями, как в процессе осмысления, говорения или письма, так и процессе слушания, чтения, понимания, интерпретации. Именно средство, каким осуществляется передача информации или чувства, является решающим основанием (критерием) разделения социальной коммуникации на два основных класса, или вида – вербальную (речевую, словесную) и невербальную (неречевую, «бессловесную»).*

Вербальная как и невербальная коммуникация невозможны без использования тех или иных знаков, точнее знаковых систем, поскольку они служат средством передачи информации и заложенных в ней смыслов и значений. И это является принципиальным сходством данных видов коммуникации, а коренным различием между ними являются различия между знаковыми системами, используемыми в общении.

Что же такое речь и язык, каково их соотношение, какова связь между ними?

<table>
<tr><td>Речь</td><td>Язык</td></tr>
<tr><td>это материальный, физический процесс, деятельность результатом которого являются звуки речи.</td><td>это информационно-знаковая система, это абстрактная
система значений, смыслов и языковых структур – знаков, символов и т.п</td></tr>
<tr><td>Речь есть форма существования человеческого языка, форма общения людей.</td><td rowspan="2">Язык— это система знаков, включающая слова с их значениями
и набор правил, по которым строятся предложения(синтаксис).</td></tr>
<tr><td>Речь - это язык в действии, психолингвистический процесс.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Речь – это внешнее проявление языка, это последовательность единиц языка, организованная и структурированная по его законам и в соответствии с потребностями выражаемой информации. В отличие от языка речь можно оценивать как хорошую или плохую, ясную или непонятную, экспрессивную или невыразительную и т. д.</td></tr>
<tr><td colspan="2">В научной литературе слова «язык» и «речь» используются как синонимы, т. е. взаимозаменяемы.</td></tr>
</table>

Речь *- это исторически сложившаяся форма общения людей посредством языковых конструкций, создаваемых на основе определённых правил. Процесс речи предполагает, с одной стороны, формирование и формулирование мыслей языковыми (речевыми) средствами, а с другой стороны —восприятие языковых конструкций и их понимание. Мышление может осуществляться без речи, но не может существовать без языка.*

Язык *выступает и средством выражения мысли, и фактор развития мышления, сознания. Глубинная связь между сознанием (мышлением) и структурами языка, соотношение языка, речи и мышления – это исключительно важная и древня проблема, прежде всего, философская, а так же лингвистическая, историческая и психологическая. Но мы не будем на этом останавливаться, поскольку с точки зрения предмета теории коммуникации важнее рассмотреть другое - проблему языка как знаковой системы, как материального посредника в социальной коммуникации.*

Источник: https://studfile.net/preview/9299044/page:30/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Основные целевые установки речи.
2. Кретиавный дискурс и ложь: проблемы разграничения.
3. Сенекианская модель творчества.
4. Платоновская модель творчества.

1. Учебная дисциплина. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИ

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 1. Введение в предмет. Вербальный модус медиапроекта

Тема 1.2. Создание и обработка фото и видео контент

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Нарратив: определение и цели	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Дискурс и его языковая упаковка	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 1.2. Создание и обработка фото и видео контент

Перечень изучаемых элементов содержания

Нарратив: определение и цели. Дискурс и его языковая упаковка. Дискурсивные шаблоны. Ритуал как дискурсивная цель. Десемантизация. Виды ритуалов, конвенциональная схема. ГОСТ как схема ритуала. Текст-провокация, текст-шантаж, текст-убеждение. Форматы и стратегии. Виды провокации, «срыв гипотезы» как прием. Стратегии шантажа. Основные принципы убеждения (Тезис, аргументы, виды доказательства) Автор — адресат — реципиент: референтная группа, способы адресации. Замысел как этап коммуникации. Реакция реципиента как проблема. Текстопорождение как лингвистическая и филологическая проблема. «Теория порождающей грамматики», Н. Хомский. Язык как мышление. Гипотеза Сепира-Уорфа. Вторичные знаковые системы.

Лекция

Типовые операции создания и редактирования аудио- и видеоматериалов.

***Операции с аудио**: запись (оцифровка), сохранение, многоканальное сведение аудио на нескольких виртуальных дорожках, монтаж, обработка специальными эффектами (как встроенными, так и подключаемыми извне), очистка от шумов, управление/управляемость внешними устройствами, преобразование аудио из формата в формат, генерация сигналов, запись на компакт диски и многое другое. Самые популярные программы: Sound Forge, Cool Edit Pro, Nuendo, Samplitude Producer, Wavelab.*

***Операции с видео**: захват видео (перенос с внешнего носителя на жесткий диск компьютера), монтаж видео (удаление ненужных фрагментов, вставка титров, наложение спецэффектов, добавление текста, применение эффектов), окончательная обработка (кодирование видео). Программы: Adobe Premiere, Ulead MediaStudio, Pinnacle Studio, Canopus Edius.*

Типы данных мультимедиа-информации и средства их обработки.

Мультимедиа обеспечивает работу с различными типами данных, такими как:

- *Неподвижные изображения − сюда входят изображения векторной и растровой графики. Программы: Adobe Photoshop, Corel Photo-Paint, Ulead Photoimpact.*
- *Анимация − создаётся на основе последовательности заранее заготовленных кадров (неподвижных изображений), с заданной частотой кадров. Программы: Adobe Flash, Alias Maya, Newtek Lightwave v8.0, Ulead GIF Animator*
- *Звук − цифровые записи (оцифрованные или созданные на компьютере). Программы: Sound Forge, Cool Edit Pro, Nuendo, Samplitude Producer, Wavelab.*
- *Видео − можно получать с помощью цифровых видеокамер, цифровых фотоаппаратов и сотовых телефонов, если они имеют режим видео, а также оцифровкой аналогового видео. Программы: Adobe Premiere, Ulead MediaStudio, Pinnacle Studio, Canopus Edius.*
- *Текст − набранный на компьютере или отсканированный и распознанный с помощью специального программного обеспечения. Программы: Microsoft Word, Wordpad.*

Физические основы цифрового аудио. Форматы цифрового аудио.

Принцип представления звука в цифровой форме предполагает уничтожение какой-то части информации в нем. Исходная, непрерывная кривая, описывающая амплитуду звуковой волны, подвергается дискретизации - разбиению на отдельные интервалы (отсчеты), внутри которых амплитуда считается постоянной; таким образом фиксируются временные характеристики волны. Затем эти мгновенные значения амплитуды еще раз разбиваются на конечное число значений - теперь уже по самой величине амплитуды - и выбирается наиболее близкое из этих дискретных значений; так фиксируются амплитудные характеристики. Если говорить по отношению к графику (осциллограмме) звуковой волны, то можно сказать, что на него накладывается некая сетка - крупная или мелкая, которая определяет точность преобразования волны в цифровую форму. Мелкость временной сетки - частота дискретизации - определяет прежде всего частотный диапазон преобразуемого звука.

- *аудиоформаты без сжатия, такие как WAV, AIFF*
- *аудиоформаты со сжатием без потерь APE, FLAC*
- *аудиоформаты, с применением сжатия с потерями mp3, ogg, wma, aac*

Источник: https://studfile.net/preview/9434964/page:16/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Параллелизм.
2. Аристотелевская модель творчества.
3. Фрейдистская модель творчества.
4. Поэзия как поле креатива.

1. Учебная дисциплина. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИ

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 2. Визуальный модус медиапроекта

Тема 2.1. Фотосъёмка и обработка изображений. Съемка и монтаж видео

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	История фотографии	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Фотосъёмка и обработка изображений. Съемка и монтаж видео	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 2.1. Фотосъёмка и обработка изображений. Съемка и монтаж видео

Перечень изучаемых элементов содержания

История фотографии. Композиция. Цвет. Съемочная техника. Цифровая камера. Пейзажистрит-фото. Натюрморт. Портрет. Фотоистория. Обработка изображений. Монтаж как принцип экранного осмысления действительности. Как видит художник?. Сопоставление кадров по Эйзенштейну и Гриффиту. Понятие монтажный лист. Последовательный монтаж и виды прямых соединений. Две схемы последовательного монтажа. Линейный и нелинейный монтаж. Драматургия и монтаж как выразительное средство. Рождение образов. Внутрикадровый монтаж как основа документального наблюдения. Взаимодействие оператора, автора, режиссера. Виды соединений и принципы монтажа. Монтажная фраза. Раскадровка, аниматика. Создание монтажных листов к этюдам и наблюдениям. Понятие режиссерский сценарий. Ассоциативный монтаж. Уровни ассоциаций в композиции произведения. Параллельный монтаж. Практика съемки и видеомонтажа.

Основы классической фотографии

Фотографический процесс

Фотография – это наука, изучающая различные способы получения долгосохраняющихся изображений предметов окружающего мира, путем воздействия света на специальные светочувствительные слои с последующей их химико-фотографической обработкой.

В переводе с греческого языка фотография – (фото – свет, графо – пишу, рисую) – светопись. Фотографию по праву считают одним из величайших изобретений 19 века.

Изобретение фотографии стало возможным благодаря работам ученых и изобретателей многих стран мира. Ими изучалось действие света на светочувствительные вещества, разрабатывались способы получения с их помощью прочных светописных изображений и совершенствовалась камера-обскура (предшественник фотоаппарата), дословно – «темная комната».

Однако, наилучших результатов добились известные всему миру французы:

Жозеф Нисефор Ньепс (1765-1833)

Луи Жак Монде Дагерр (1787-1851)
и англичанин:
Вильям Фокс Генри Талбот (1800-1877)
Ньепс в 1826 году с помощью камеры –обскуры получил на металлической пластинке, покрытой тонким слоем асфальта вид окна своей мастерской и назвал его гелиографией. Экспозиция составила – 8 часов.
Талбот в 1835 году сделал снимок решетчатого окна, применив фотобумагу, пропитанную хлористым серебром. Выдержка составила – 1 час. Талбот получил первый в мире негатив. Свой способ Талбот назвал калотипией, что в переводе означает «красота».
Дагерр заключил с Ньепсом договор о сотрудничестве над изобретением Ньепса. После смерти Ньепса 1837 году открыл надежный способ проявления и закрепления скрытого изображения на световствительной к свету серебряной пластинке. Этот способ получил название дагерротипия.
7 января 1839 года секретарь Парижской Академии наук Доменик Франсуа Араго доложил об удивительном изобретении Дагерра. Это день вошел в историю как день рождения фотографии.
На современном этапе развития, фотография, из технического способа фиксации изображения объектов съемки, превратилась в способ создания подлинных произведений искусства и получила широкое применение как способ научного исследования во всех отраслях науки и техники. Сейчас нет таких областей человеческой деятельности, в которых бы не применялась фотография. По мере своего совершенствования фотография все шире проникла во все сферы человеческой деятельности: промышленность, искусство, медицину, полиграфию, астрономию, исследования в области физики, биологии, журналистику и др. Благодаря фотографии были сделаны многие научные открытия. Наконец, фотография стела атрибутом повседневной жизни каждого современного человека.
Особенности фотографического процесса
Фотографический процесс имеет ряд особенностей:
1.Аккумулирующая способность фотоматериалов, т.е. способность накапливать действие лучистой энергии. При действии света в светочувствительном слое происходит фотохимическая реакция. После прекращения действия света результат его действия сохраняется в виде так называемого скрытого изображения.
2.Спектральная универсальность фотографических слоев.
Фотографический слой может воспринимать лучи не видимые человеческим глазом: ИК, УФ, рентгеновские.
3.Возможность получения геометрически точного изображения снимаемого предмета.
Это позволяет применять фотографию в измерительной технике.
4.Документальность фотографического процесса.
Результат действия света сохраняется.
5.Возможность размножения фотографического изображения.
Из полученного фотографического изображения объекта съемки можно получить копий данного объекта.
Схема фотографического процесса на галогеносеребряных
сухих желатиновых слоях.
Схема фотографического процесса на галогеносеребряных сухих желатиновых слоях состоит из съемки, негативного и позитивного процессов.
1.Процесс съемки – подразделяется на стадии:
а).подготовка к съемке;
б).получение действительного оптического изображения снимаемых предметов на светочувствительном слое с помощью объектива фотоаппарата;
в).экспонирование слоя полученным оптическим изображением, результатом чего является образование скрытого изображения фотографируемых объектов.

После процесса съемки следует негативный процесс, в результате которого, вследствие химико-фотографической обработки скрытое изображение становится видимым.
2).Негативный процесс состоит из следующих операций:
а).проявление светочувствительного слоя – химическое воздействие на проэкспонированный слой проявляющим раствором, в результате чего скрытое изображение становится видимым, негативным, состоящим из мельчайших частичек металлического серебра;
б).фиксирование – дальнейшая химическая обработка проявленного изображения, когда происходит закрепление позитивного изображения, когда происходит закрепление негативного серебряного изображения, в результате чего фотослой перестает быть чувствительным к свету;
в).промывка водой с целью удаления продуктов химической реакции;
г).сушка слоя:
полученный негатив отличается от объекта съемки тем, что яркие части объекта выходят в негативе темными непрозрачными, а темные – светлыми. Негатив служит для получения вторичного изображения – позитива.
3).Позитивный процесс состоит из операций:
а).печать с негатива – получение скрытого изображения в светочувствительном слое позитивного материала.
б).проявление полученного на позитивном материале скрытого изображения;
в).фиксирование видимого действительного изображения;
г).окончательная промывка позитивного изображения;
д).сушка.
Таким образом яркие части объекта получаются светлыми, темные – темными, а промежуточные яркости – промежуточными почернениями.
Фотоаппаратура и фотографическая оптика
Получение оптического изображения в фотоаппарате
Фотографический аппарат состоит из светонепроницаемого корпуса, в передней части которого располагается фотографический объектив, а на противоположной – кассеты со светочувствительным материалом.
Изображение в фотоаппарате получают с помощью фотографического объектива, дающего обратное действительное изображение объекта съемки. Объектив состоит из системы центрированных линз и диафрагмы, заключенных в общую оправу. Кроме линз некоторые объективы имеют систему зеркал.
Недостатки оптических систем.
При использовании в качестве фотообъектива простой линзы получают недостаточно четкое изображение. Эти дефекты изображения в той или иной степени характерны и для других оптических систем и обусловлены рядом недостатков, носящих название аберрации.
К этим недостаткам относятся:
1.сферическая аберрация;
2.хроматическая аберрация;
3.дисторсия;
4.астигматизм;
5.кома;
6.кривизна поля.
Сферическая аберрация заключается в том, что параллельные лучи, проходящие через края линзы, пересекаются в точке, расположенной ближе к линзе, чего лучи, проходящие ближе к оптической оси. В результате вместо изображения точки получается нерезкое, светлое круглое пятно. Устраняется данная аберрация путем совмещения положительной и отрицательной линз, имеющих противоположный характер аберраций.
Кома – это сферическая аберрация для параллельного пучка лучей, падающего на линзу наклонно к оптической оси. Лучи собираются не в одной точке, дают пятно – кому.

Устраняется кома одновременно со сферической аберрацией подбором линз. Объективы, у которых отсутствует кома и сферическая аберрация называются апланаты.

Хроматическая аберрация заключается в том, что лучи с различной длиной волны имеют различный угол преломления, вследствие чего, при выходе из линзы пучок параллельных лучей разложится на отдельные цветные лучи, собирающиеся в различных точках. Вместо изображения точки получается пятно с радужной каймой. Устранение хроматической аберрации производится подбором материала линз. Собирающая линза изготавливается из материала крон, а рассеивающая - из материла флинт. Объективы, у которых устранена хроматическая аберрация в двух основных участках спектра, называются ахроматы, в трех – апохроматы.

Дисторсия характеризуется искривлением прямых линий и имеет то же происхождение, что и сферическая аберрация. На характер дисторсии влияет положение диафрагмы: если диафрагма расположена перед линзой, то дисторсия имеет бочкообразную форму, если диафрагма расположена за линзой, то дисторсия имеет подушкообразную форму. Дисторсии устранена у симметричных объективов состоящих из двух компонент, между которыми размещается диафрагма. Эти системы называются ортоскопическими. Однако, свободными от дисторсии могут быть и несимметричные, специально рассчитанные системы.

Астигматизм заключается в том, что изображение вертикальных и горизонтальных линий получается неодинаково резким. При фокусировке на горизонтальные линии вертикальные получаются нерезкими и наоборот. Этот вид аберрации наиболее трудно устраним. Для устранения астигматизма линзы подбираются соответствующим образом по кривизне, толщине, коэффициенту преломления.

Величина воздушных промежутков между отдельными линзами должна быть также определенной.

Объективы с устраненным астигматизмом называются анастигматами.

Кривизна поля. Суть данной аберрации состоит в том, что фокальная поверхность (поверхность хороших изображений) не является плоскостью. В лучшем случае это поверхность вращения вокруг оптической оси, но может и не иметь круговую симметрию.

Для получения с помощью фотографического объектива хорошего качества изображения, необходимо устранить все перечисленные недостатки, что достигается специально подобранными системами линз.

Типы фотографических объективов.

Простейшим объективом может служить одиночная линза. Первым объективом был однолинзовый мениск-монокль.

Монокль – мягкорисующий объектив. Его иногда используют фотографы-портретисты для получения художественных портретов.

Ахромат – состоит из двух склеенных между собой линз: собирающей и рассеивающей из разных сортов стекла. Ахромат практически не имеет хроматической аберрации, а при относительном отверстии 1/9-1/11 и астигматизма. Однако в этих объективах сильно выражена дисторсия, поэтому в настоящее время они не применяются.

Перископ – состоит из двух положительных менисков и диафрагмы., расположенной между ними, вследствие чего устранена дисторсия, а все остальные аберрации сохранились.

Апланат – состоит из двух симметрично расположенных ахроматов. Отсутствует дисторсия, сферическая и хроматическая аберрации. Имеет место лишь астигматизм.

Все перечисленные выше объективы составляют общую группу астигматов, так как всем им свойственен астигматизм и связанная с ним кривизна поля изображения.

Объектив, не имеющий аберрации, в том числе и астигматизма, получил название анастигмата.

Анастигмат – является основным типом современных фотографических объективов. Современные анастигматы имеют различные конструкции с различным числом линз, по-разному расположенных относительно диафрагмы.

Характеристики фотографических объективов
Современный фотографический объектив является сложным оптическим прибором, дающим действительное изображение фотографируемых предметов.
Основными характеристиками объективов являются:
-фокусное расстояние;
-светосила;
-угол изображения;
-разрешающая сила;
-глубина резкости;
-рабочий отрезок.
Фокусное расстояние – это расстояние от задней, главной точки объектива до заднего главного фокуса.
Светосила объектива определяется его способностью создавать определенную яркость изображения. Светосила зависит от относительного отверстия объектива – отношения диаметра действующего отверстия объектива к его фокусному расстоянию. Обычно, величина относительного отверстия выражается в виде дроби 1/f:d.
Угол изображения объектива. Световой круг, охватывающий видимую часть изображения, называется полем зрения объектива, а угол, определяющий поле зрения – углом зрения. Центральная часть поля зрения , в пределах которой изображение получается достаточно резким и равномерно освещенным, называется полем изображения, а соответствующий ему угол – углом изображения.
В зависимости от угла изображения объективы делятся на три группы: нормальные, с углом изображения 45-60 град.; широкоугольные 70 и более; длиннофокусные о 30 град. и меньше.
Разрешающая сила объектива – это способность передавать в оптическом изображении очень близко расположенные мелкие детали объекта съемки. Выражается максимальным числом линий, реально различимых на 1 мм изображения.
Разрешающая способность зависит от расчетной точности изготовления объектива и состава оптического стекла из которого изготовлены объективы. Повышается разрешающая способность при введении в состав стекла окиси лантана.
Разрешающая способность зависит от относительного отверстия. Она возрастает с его уменьшением и достигает максимального значения при относительном отверстии 1:8; 1:11, а затем уменьшается.
Определяется разрешающая способность при помощи штриховых мир.
Глубина резкости – это способность объектива давать резкое изображение предметов, расположенных на различных расстояниях от него. Зависит глубина резкости от ряда факторов:
1.Глубина резкости тем больше, чем меньше диафрагма.
2.Глубина резкости тем больше, чем меньше главное фокусное расстояние объектива и чем дальше от объектива находится плоскость наведения на резкость.
Рабочий отрезок объектива - это расстояние от торцевой плоскости его оправы, которая соприкасается с кольцом камеры, до фокальной плоскости. Рабочий отрезок является основной величиной при подборе сменных объективов.
Классификация объективов
Объективы, в зависимости от отношения фокусного расстояния к диагонали кадра, принято подразделять на нормальные, короткофокусные и длиннофокусные.
Нормальные – объективы, фокусное расстояние которых равно или на 10-20% больше диагонали кадра. Угол поля изображения в пределах 45-55град.
Короткофокусные или широкоугольные – объективы, фокусное расстояние которых меньше, а угол поля изображения больше, чем у нормальных. Такие объективы применяют в тесных помещениях, когда нет возможности отойти на достаточное расстояние, а также для съемок, когда объективом с нормальным фокусным расстоянием невозможно изобразить в кадре всю композицию.

Длиннофокусные – объективы, у которых фокусное расстояние больше, а угол поля изображения меньше, чем у нормальных. По сравнению с нормальными, они обладают меньшей глубиной резкости и при съемках с одного и того же расстояния дают изображение в большем масштабе. Благодаря этому они удобны при портретных съемках.

Объективы, предназначенные для съемки удаленных объектов называют телеобъективами. Они имеют очень большое фокусное расстояние и укороченный рабочий отрезок.

Основные узлы и механизмы фотоаппаратов

Основными узлами и механизмами фотоаппаратов являются: объектив, светонепроницаемая камера, кассетная часть, затвор, видоискатель, фокусировочное и транспортирующее устройство.

Светонепроницаемая камера объединяет объективную и кассетную часть фотоаппарата. Камера должна быть совершенно светонепроницаема.

Кассетная часть располагается в противоположной объективу части камеры и представляет собой кассеты, в которые помещается светочувствительный фотоматериал.

Фотографический затвор – это механизм, предназначенный для точного дозирования времени освещения светочувствительного слоя в процессе фотографической съемки. Время, в течение которого свет действует на фотоматериал, называется выдержкой.

Затворы фотоаппаратов делятся на две основные группы: центральные и шторные.

Видоискатель – это устройство, служащее для определения границ кадра, он должен ограничивать пространство, точно соответствующее кадру, который получается на фотоматериале.

Видоискатели делятся на рамочные и оптические.

Оптические видоискатели, в свою очередь – на зеркальные и телескопические.

Фокусировочные устройства

Производить наводку на резкость непосредственно по поверхности фотоматериала невозможно, поэтому применяют различные фокусировочные устройства.

Наиболее широкое применение получили три способа наводки на резкость:

- по шкале расстояний или по символам – глазомерный;

- по матовому стеклу – визуальный;

- с помощью монокулярного дальномера – дальномерный.

Типы фотоаппаратов

Все существующие типы фотоаппаратов можно условно разделить на две основные группы: фотоаппараты общего назначения и специальные. К первой группе относятся фотоаппараты для художественной, профессиональной и любительской съемки; ко второй – фотоаппараты для специальных работ (аэрофотосъемки, рентгеновской съемки и др.)

Фотоаппараты общего назначения принято классифицировать по формату кадра, конструктивным особенностям, степени оснащенности, типу затвора, способу наводки на резкость, степени автоматизации. Наиболее удобно разделять их на группы по формату применяемого фотоматериала. По этому признаку их разделяют на крупноформатные, среднеформатные и малоформатные. Имеются еще два класса фотоаппаратов: миниатюрные и полуформатные. Однако, это фотоаппараты с ограниченными возможностями и поэтому пользующиеся меньшим спросом.

Крупноформатные фотоаппараты – это складные камеры, которые в свою очередь делятся на два типа: стационарные и переносные. Крупноформатные камеры выпускались с форматом кадра от 13х18 до 30х40см

Среднеформатные фотоаппараты – рассчитаны на применение катушечной неперфорированной пленки с размером кадра 45х60. 60х60, 60х90см.

Малоформатные фотоаппараты – рассчитаны на применение 35мм перфорированной фотопленки с размером кадра 24х36мм. Это наиболее широкий класс фотоаппаратов, пользующийся большим спросом как любителей, так и профессионалов.

Полуформатные фотоаппараты – рассчитаны на размер кадра 18х24мм.

Миниатюрные фотоаппараты – Рассчитаны на использование рулонных фотопленок шириной16мм. Формат кадра 14х21, 12х17, 10х14мм.

Устройство и оборудование фотолаборатории

Наиболее рационально выполнять все виды фоторабот в специально оборудованной лаборатории, где должны соблюдаться следующие основные условия: затемненность, наличие вентиляции, техника безопасности.

При организации фотолаборатории необходимо предусмотреть наличие основных зон подготовки и осуществления лабораторно-химической обработки светочувствительных материалов:

- складирование химреактивов;

- хранение фотоматериалов;

- составление растворов;

- фотопечати;

- проявления и фиксирования;

- промывки;

- сушки и глянцевания.

Выбор помещения для фотолаборатории предопределяется многими факторами и прежде всего наличием площадей, видами и общим объемом производимых работ.

При организации учебной фотолаборатории желательно, чтобы помещение состояло из двух комнат: в одной светлой, устанавливаются сушильные аппараты, хранится оборудование, подготавливаются негативы к печати, ретушь, а также ведется обучение различным видам съемки; во второй – темной, осуществляется обработка фотоматериалов. Помещение фотолаборатории должно иметь два вида освещения: обычного типа и с красным (неактиничным) светофильтром.

Занятия в фотокружке, особенно по фотопечати , зарядке пленки, педагогически целесообразно проводить фронтальным методом. В этом случае к фотолаборатории могут предъявляться определенные требования:

- наличие большого помещения (40-50кв.м), где разместятся рабочие места для 10-12 человек;

- достаточную вентиляцию;

- необходимое количество однотипного оборудования (из расчета один комплект на каждого учащегося);

- качественное неактиничное освещение;

- наличие тамбура для беспрепятственного входа и выхода;

- соблюдение правил техники безопасности и санитарной гигиены.

На фронтальном занятии руководитель имеет возможность одновременно для всей группы провести вводный инструктаж по технике безопасности. В ходе текущей работы он инструктирует каждого обучаемого, а при наличии типичных ошибок или при другой необходимости может приостановить работу и сделать необходимые пояснения всем.

Методика групповых фронтальных занятий обусловливает планировку подобной фотолаборатории. Однако, независимо от типа фотолаборатории рабочее место фотолюбителя организуется по единому принципу. Для работы наиболее удобно расположение кювет с растворами следующее (от увеличителя): проявитель – вода – фиксаж.

Температурный режим в фотолаборатории соблюдается в пределах 20 град. С. Фотолаборатория должна периодически проветриваться, подвергаться влажной уборке.

Особое внимание следует уделить сбору отработанных растворов, содержащих серебро (фиксажа) и сдаче их.

В процессе оборудования и работ в фотолаборатории необходимо соблюдать ряд правил санитарной гигиены и техники безопасности.

Оборудование фотолаборатории

Все необходимое для проведения полноценных занятий по фотографии оборудование можно условно разделить на три основные части:

1. *Оборудование для обработки негативного и позитивного материала.*
2. *Оборудование для фотопечати.*
3. *Вспомогательное лабораторное оборудование (диапозитивы, лупы и др.).*

Фотографическая съемка

С точки зрения техники зрения выполнения фотосъемка состоит из экспонирования фотографического материала, находящегося в фотоаппарате. Для этого затвор аппарата открывается на определенное время и свет проникает к светочувствительному фотоматериалу.

Технике проведения съемки предшествует целый ряд подготовительных операций. После выбора объекта съемки необходимо использовать все изобразительные средства фотографии так, чтобы изображение получилось наиболее правдивым и выразительным.

Прежде нужно проверить исправность работы всех узлов и механизмов фотоаппарата и подобрать соответствующий негативный материал и светофильтры.

Затем следует продумать композиционное построение кадра и соответствующим образом осветить снимаемый объект, если съемка производится при искусственном освещении, или выбрать соответствующее время при естественном освещении.

Композицией называется расположение предметов на снимке. Правильно найденная композиция организует изображение, позволяя выделить главное в кадре или подчеркнуть пространство.

При съемке небольших объектов композиционное решение можно найти, как правило, по желанию, на природе или в городе изменить композицию можно либо выбрав новую точку съемки, либо удачно выбрав освещение. При выборе точки съемки изображение условно делят на передний, задний и средний план. Меняя положение линии горизонта, не нарушая при этом масштаба, можно создавать варианты композиции. Особое внимание следует уделить кадрировке.

В каждом снимке выделяют один или несколько композиционных центров. Наиболее часто такими центрами являются фигурки людей. Привлекают внимание также яркий цвет или необычное очертание предметов. Иногда в композиции используют сходящиеся линии различной формы, прибегают к съемке против света, а в цвете подбирают контрастный задний план.

Съемка против света – главное средство для выявления формы предметов.

При съемке необходимо найти правильный объем предметов в кадре или выявить их рельеф. Это относится, прежде всего, к портрету или к научной фотографии. Здесь поможет боковое освещение.

Для получения перспективы используют сходящиеся линии, воздушную дымку у горизонта, нерезкость заднего плана.

Для ощущения глубины в передний план снимка включают различные предметы, большей частью размытые (листву деревьев, цветы, абажур лампы на столе и др.). В цветной фотографии для этой же цели – просто пятна.

Задний план трудно сделать иным, но приведя его в нерезкость или использовав эффект смазки можно изменить композицию кадра.

Реальный мир трехмерен, а его изображение на пленке двумерно. Чтобы передать объем используют тень. Тени подсвечивают отраженным светом, большей частью от окружающих предметов или от неба.

В цветной фотографии в отдельных случаях строят изображение на ярких преобладающих цветах. Большей частью вводится один, главный цвет, но может быть и сочетание одноцветного освещения или фона, с каким-либо эффектным пятном (броская реклама, автомобиль, участок неба).

Факторы влияющие на съемку

Величина выдержки при фотосъемке зависит от освещенности или яркости снимаемого объекта, светосилы объектива и степени его диафрагмирования, кратности светофильтра, светочувсвительности негативного материала.

Трудность в определении величины выдержки состоит в сложности определения освещенности или яркости объекта съемки, т.к. они зависят от многих факторов.

При съемке в павильоне освещенность почти постоянна, на дневном свету очень сильно изменяется в зависимости от времени года и времени суток, от географической широты местности, высоты над уровнем моря, от состояния погоды.

Способы определения выдержки

Опытные фотографы могут определять выдержку проанализировать условия съемки. Однако, даже при большом опыте могут быть ошибки. Для определения существуют расчетные таблицы и приборы – экспонометры.

Портретная съемка

Съемка портрета является самым распространенным видом съемки в бытовой фотографии.

Для портретной съемки можно применять любые фотоаппараты, однако качество снимка улучшается с увеличением формата кадра.

При портретной съемке обычно применятся длиннофокусные, для данного формата, объективы. Наилучшие для портрета объективы, у которых фокусное расстояние равно удвоенной диагонали кадра.

При съемке больших групп, располагаемых в несколько рядов, необходима большая глубина резкости. В этом случае применяются объективы с нормальным фокусным расстоянием.

Широкоугольные объективы для портретной съемки не применяются из-за перспективного искажения.

Иногда для получения мягких портретов, лишенных четких линий используется простейший объектив – мениск-монокль.

Объектив при съемке индивидуальных портретов, как правило не диафрагмируется

Для съемки портрета применимы все негативные пленки общего назначения. Желательно использовать пленки с большей чувствительностью, т.к. они позволяют вести съемку с меньшей выдержкой, что дает возможность запечатлеть на снимке наиболее характерное естественное выражение лица портретируемого.

Фон на снимке не должен отвлекать внимание от лица и фигуры портретируемого. Его назначение - способствовать лучшему выявлению контуров лица и фигуры. Поэтому фон не должен быть пестрым. Наилучшим является однотонный фон нейтрально-серого цвета.

Как правило, перед объективом фотоаппарата люди начинают позировать, а в момент съемки напряженно застывают, в результате чего нарушается сходство изображения с оригиналом. Задача фотографа состоит в том, чтобы выбрать момент съемки, когда поза портретируемого непринужденная, а выражение лица естественное, наиболее характерное и правдивое.

Портрет может быть индивидуальным и групповым.

Пейзажная съемка

Пейзажная фотосъемка – это съемка различных видов природы, в которые могут включаться люди, животные, машины, строения. Особенностью такой съемки является то, что она всегда производится при естественном освещении, поэтому необходимо правильно выбрать время съемки и состояния погоды.

Для пейзажной съемки можно применять любой фотоаппарат с нормальным объективом. Для фотографирования небольших объектов с большого расстояния применяются длиннофокусные объективы, а для фотографирования большого пространства с близкого расстояния – широкоугольные. Оправа объектива должна предусматривать возможность использования солнечной бленды и светофильтров. Фотоматериалы для пейзажной съемки применяются обычные, однако, при хорошей освещенности лучше средней чувствительности, поскольку они имеют меньшую чувствительность по сравнению с высокочувствительными.

Наилучшее освещение при пейзажной съемке, когда Солнце находится сбоку и несколько сзади фотоаппарата (под углом 45-60град. к оптической оси объектива). Снимать пейзажи в полуденные часы нежелательно из-за коротких теней.

Архитектурная съемка

К архитектурной съемке относится фотографирование наружного вида зданий, памятников и внутренних частей помещений-интерьеров. Специфической особенностью этого вида съемки является строгая параллельность передней поверхности объекта и плоскости светочувствительного материала. При нарушении этого правила получаются перспективные искажения, приводящие к наклону вертикальных линий (падающие или заваливающиеся здания). Конкретные виды съемки требуют нормальных, широкоугольных или длиннофокусных объективов.

Лучшие снимки получаются в утренние или вечерние часы, когда Солнце падает на плоскость здания под углом 25-35 градусов, что позволяет подчеркнуть рельеф и объем здания. Для выделения рельефа или объеме необходимо снимать под некоторым углом.

При архитектурной съемке применяются светофильтры. Белые и серые здания фотографируются со слабо-желтым светофильтром, голубые – с плотно-желтым, синие – с оранжевым, красно-оранжевые – с желтым.

При съемке интерьера нужно избегать глубоких теней. Фотографируя против окна нужно пользоваться фотовспышкой для выравнивания освещенности.

Фоторепортажная съемка

Фоторепортаж – это отображение средствами фотографии наиболее актуальных, типичных явлений нашей действительности. Фоторепортажный снимок должен быть документальным и правдивым, художественно выразительным. При фоторепортаже необходимо уметь выделить главное, типичное в происходящем событии.

Хороший репортажный снимок можно получить, только овладев техникой съемки и имея большой практический опыт. Снимок должен быть правдивым и выразительным, а событие должно представляться зрителю ярко и точно.

Для фоторепортажной съемки необходимо использовать фотоаппараты со сменной оптикой, позволяющие получить детализированное изображение. Фотоаппарат должен иметь механизм для быстрой смены кадров и удобный видоискатель. Фотоматериалы выбираются в зависимости от условий освещенности. При съемке в помещении используется фотовспышка.

Репродукционная съемка

Фоторепродукция – это получение фотографическим путем копии портрета, картины, рисунка, чертежа, текста и др.

Для получения точной копии оригинала при репродукции необходимо соблюдать следующие условия:

1.Строгую параллельность плоскостей оригинала и фотоматериала.

2.Перпедикулярность оптической оси объектива этим плоскостям.

3.Правильный подбор негативного материала, светофильтра и фотобумаги.

4.Равномерную освещенность оригинала.

5.Точную наводку на резкость и правильное определение выдержки.

Источник: https://studfile.net/preview/4484393/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Синкретизм.
2. Драма как поле креатива.
3. Планирование себестоимости: цель, направление планирования
4. Понятие предельных и удельных затрат

1. Учебная дисциплина. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИ

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 2. Визуальный модус медиапроекта

Тема 2.2. Основы компьютерной графики

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Графические редакторы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Монтажные программы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 2.2. Основы компьютерной графики

Перечень изучаемых элементов содержания

Векторная и растровая графика. Графические редакторы. Монтажные программы. Форматы и разрешение изображений. Основы композиции, ее виды. Работа с цветом. Виды цветовых кругов, цветовые модели. Гармония цветовых сочетаний. Психологияцвета.

Лекции

Базовые основы компьютерной графики.

Существует специальная область информатики, изучающая методы и средства создания и обработки изображений с помощью программноаппаратных вычислительных комплексов, - компьютерная графика. Она охватывает все виды и формы представления изображений, доступных для восприятия человеком, либо на экране монитора, либо в виде копии на внешнем носителе (бумаги, кинопленка, ткань и пр.). Без компьютерной графики невозможно представить себе не только компьютерный, но и обычный, вполне материальный мир.

Посмотрите вокруг - обложки журналов, рекламная печатная продукция, фильмы и мультфильмы, презентации, страницы в Интернете, моментальные фотографии, компьютерная томография, моделирование тканей и одежды, опытно-конструкторские разработки - все это области применения компьютерной графики, основу которой составляет работа по созданию цифровых изображений.

Согласитесь, что создавать изображение на компьютере наиболее эффективно и экономично выгодно, нежели использование традиционных методов, хотя бы потому, что цифровое изображение проще хранить, тиражировать, переделывать, компоновать с текстом.

Заметим, что создавать цифровое изображение - это не только рисовать рисунок при помощи мышки или, например, пера дигитайзера, но и импортировать (вводить) готовое изображение при помощи сканера, цифрового фотоаппарата, видеокамеры и затем работать с ним в окне графической программы - это тоже процесс создания.

Иными словами, компьютерная графика не является простым рисованием при помощи компьютера, а представляет собой довольно сложный комплекс, состоящий из двухмерной

графики, полиграфии, Web-дизайна, трехмерной графики 3D-графики и программ, имитирующие классические инструменты художника.

Попытаемся дать фундаментальное определение дисциплине, с основами которой нам надо познакомится за непродолжительный период времени.

Определение. ***Компьютерная графика*** *- это специальная дисциплина, изучающая автоматизацию процессов подготовки, преобразования, хранения и воспроизведения графической информации с помощью ЭВМ.*

Интерактивная компьютерная графика - это тоже использование ЭВМ для подготовки и воспроизведение изображений, но при этом пользователь имеет возможность оперативно вносить изменения в изображение непосредственно в процессе его воспроизведения.

Интерактивная графика представляет собой важный раздел компьютерной графики, когда пользователь имеет возможность динамически управлять содержимым изображения, его формой размером и цветом на поверхности дисплея с помощью интерактивных устройств управления, которыми в нашем случае будут являться панели инструментов графических прикладных программ.

Заметьте, что, учитывая необходимые знания и умения по другим специальным дисциплинам, знание компьютерной графики, в особенности ее

интерактивной части, дает оператору ЭВМ возможность дополнительного заработка, потому что работать «на дому», периодически выполняя небольшие заказы от рекламных компаний, - это популярный сегодня способ повысит свое благосостояние. Те возможности которыми обладали несколько лет назад лишь самые крупные дизайнерские студии сегодня доступны многим надо лишь знать средства обеспечивающие эти возможности и уметь правильно ими распорядится.'

Виды компьютерной графики. Основные понятия.

Различают три вида компьютерной графики: растровая векторная и фрактальная. Они различаются от способа формирования изображения в двухмерной графике. Двухмерная или 2D графика - это основа всей компьютерной графики так как в ней рассматривается формирование изображение на плоскости при отображении на экране монитора или при печати на бумаге.

Наиболее просто реализовать растровое представление изображения. Растр или растровый массив описывает изображения с использованием черно-белых или цветных точек называемых пикселями расположенными на сетке.

С точки зрения компьютера растровый рисунок - это совокупность битов расположенных на сетчатом поле канве. Бит может быть включен (единичное состояние или выключен (нулевое состояние). Состояние битов можно использовать для представления цветов, соединив на канве несколько битов, можно создать изображение из черно-белых или цветных точек.

При редактировании растровой графики мы редактируем пиксели, а не линии. Растровая графика зависит от разрешения, поскольку информация, описывающая изображение, прикреплена к сетке определенного размера.

По аналогии с детской мозаикой, в которой. Убирая один маленький элемент, можно изменить весь художественный образ, редактирование растровых изображений может повлиять на качество изображения. В частности, изменение размеров растровой графики может привести к «разлохмачиванию» краев изображения, поскольку пиксели будут перераспределяться на сетке.

Поэтому растровую графику редко применяют для создания изображения «вручную». Растровые графические программы предназначены в первую очередь для обработки готовых изображений: отсканированных иллюстраций, фотографии, которые удобно использовать при разработке электронных или полиграфических изданий. Причем вывод растровой графики на устройства с более низким разрешением, чем разрешение самого изображения, понизит качество.

Векторная графика описывает изображения с использованием прямых изогнутых линий, называемых векторами (vector), а также параметров, описывающих цвета и расположение этих векторов (draw).

При редактировании элементов векторной графики изменяются параметры прямых и изогнутых линий, описывающих форму этих элементов. Мы можем переносить элементы, менять их размер, форму и цвет, но это не отразится на качестве их визуального представления.

Поэтому программные средства для работы с векторной графикой, наоборот, предназначены для создания изображения и меньшей степени для их
обработки. Такие средства широко используются в рекламных агентствах, дизайнерских бюро, редакциях. Оформительские работы, основанные на использовании шрифтов и простейших геометрических элементов, решаются средствами векторной графики намного проще. Кроме того, векторная графика не зависит от разрешения, т.е. может быть показана в разнообразных выходных устройствах с различным разрешением без потери качества изображения.
Фрактальная графика (fractal) основана на математических вычислениях. Базовым элементом фрактальной графики является сама математическая формула, т.е. никаких объектов в памяти компьютера не хранится и изображение строится исключительно по уравнениям. Таким способом строят простейшие регулярные структуры, так и сложные иллюстрации, имитирующие природные ландшафты и трехмерные объекты. Кроме того, фрактальные узоры часто используют в качестве красивых фрактальных заливок в редакторах растровой и векторной графики.
Создание фрактальной художественной композиции состоит не в рисовании или оформлении, а в программировании.

Основные понятия растровой графики.

Основным элементом растрового изображения является пиксель (точка). Под этим термином часто понимают несколько различных понятий. Поэтому на практике эти понятия часто обозначают так:
•пиксель (растр) - отдельный элемент растрового изображения;
•пиксель - элемент изображения на экране монитора;
•точка - отдельная точка, создаваемая принтером или фотонаборным автоматом.
Так как для растровых изображений, состоящих из точек, особую важность имеет понятие разрешения, выражающее количество точек, приходящихся на единицу длины, следует различать:
•разрешение оригинала;
•разрешение экранного изображения;
•разрешение печатного изображения.

Разрешение оригинала (изображения) - это свойство самого оригинала,

измеряется в точках на дюйм (dpi), зависит от требований к качеству изображения, размеру файла, способа создания исходной иллюстрации, избранном формату файла и задается при создании изображения в графическом редакторе или с помощью сканера.
В общем случае действует правило: чем выше требование к качеству. Тем выше должно быть разрешение оригинала.

Разрешение экранного изображения - это свойство компьютерной системы, зависит от монитора, видеокарты и операционной системы, измеряется в пикселах указывает количество точек, которые могут быть выведены по ширине и высоте экрана одновременно, варьируется в зависимости от выбранного экранного разрешения (настроек диапазона стандартных значений), от разрешения оригинала и от масштаба отображения.

Мониторы для обработки изображений с диагональю 20-21 дюйм (профессионального класса), как правило, обеспечивают стандартные экранные разрешения 640x480, 800x600, 1024x768, 1280x1024, 1600x1200, 1600x1280, 1920x1200, 1920x1600 пикселей. Расстояние между соседними точками люминофора у качественного монитора составляет 0,22-0,25 мм.
Для экранной копии достаточно разрешения 72 dpi, для распечатки на цветном или лазерном принтере - 150-200 dpi, для вывода на фотоэкспонирующее устройство - 200-300 dpi.
Установлено эмпирическое правило, которое гласит: при распечатке величина разрешения оригинала должна быть в 1,5 раза больше, чем линиатура растра устройства вывода. В случае, если твердая копия будет увеличена по сравнению с оригиналом, эти величины следует умножить на коэффициент масштабирования.
Разрешение печатного изображения связано с понятием линиатуры. Размер точки растрового изображения как на твердой копии (бумаги, пленка и т.д.), так и на экране зависит от примененного метода и параметров растрирования оригинала. При растрировании на оригинал как

бы накладываеся сетка линий, ячейки которой образуют элемент растра. Частота сетки растра измеряется числом линий на дюйм (lpi) и называется линиатурой.
Размер точки растра рассчитывается для каждого элемента и зависит от интенсивности тона в данной ячейки. Чем больше интенсивность, тем плотнее заполняется элемент растра. То есть, если в ячейку попал абсолютно черный цвет, размер точки растра совпадает с размером элемента растра. В этом случае говорят о 100% заполняемости. Для абсолютно белого цвета значение заполняемоемости составит 0%. На практике заполняемость элемента на отпечатке обычно составляет от 3% до 98%. При этом все точки растра имеет одинаковую оптическую плотность, в идеале приближающуюся к абсолютно черному цвету. Иллюзия более темного тона создается за счет увеличения размеров точек, и как следствие, сокращения пробельного поля между ними при одинаковом расстоянии между центрами элементов растра. Такой метод называют растрированием с амплитудной модуляцией (AM).
Интенсивность тона (так называемую светлоту) принято подразделять на 256 уровней. Большее число градаций не воспринимается зрением человека и является избыточным. Меньшее число ухудшает восприятие изображения (минимально допустимым для качественной полутоновой иллюстрации принято значение 150 уровней). Нетрудно подсчитать, что для воспроизведения 256 уровней тона достаточно иметь размер ячейки растра 256=16x16 точек.
При выводе копии изображения на принтере или полиграфическом оборудовании линиатуру растра выбирают, исходя из компромисса между требуемым качеством, возможности аппаратуры и параметров печатных материалов. Для лазерных принтеров рекомендуемая линиатура составляет 65100 lpi, для газетного производства - 65-85 lpi, для книжно-журнального - 85133 lpi, для художественных и рекламных работ - 133-300 lpi
При печати изображений с наложением растров друг на друга, например многоцветных, каждый последующий растр поворачивается на определенный угол. Традиционными для цветной печати считаются углы поворота: 105 для голубой печатной формы, 75° для пурпурной, 90° для желтой и 45° для черной. (Почему мы говорим именно об этих цветах, мы узнаем несколько позже, когда будем рассматривать цветовые разрешения и цветовые модели). При этом ячейка растра становится косоугольной, и для воспроизведения 256 градаций тона с линиатурой 150 lpi уже недостаточно разрешения 16x150=2400 dpi.
Поэтому для фотопечати профессионального класса принято минимальное стандартное разрешение 2540 dpi, обеспечивающее качественное растрирование при разных углах поворота растра. Таким образом, коэффициент, учитывающий поправку на угол поворота растра, для цветных изображений составляет 1,06.
Качество воспроизведения тоновых изображений принято оценивать динамическим диапазоном (D). Это оптическая плотность, численно равная десятичному логарифму величины, обратной коэффициенту пропускания (для оригиналов, рассматриваемых «на просвет», например, слайдов) или коэффициенту отражения (для прочих оригиналов, например, полиграфических отпечатков).
Для оптических сред, пропускающих свет, динамический диапазон лежит в пределах от 0 до 4. Для поверхностей, отражающих свет, значение динамического диапазона составляет от 0 до 2. Чем выше динамический диапазон, тем большее число полутонов присутствует в изображении и тем лучше качество его восприятия.
***Разрешение печатного изображения** зависит от свойств самого печатаю-*
щего устройства, выражает количество отдельных точек, которые могут быть напечатаны на участке отдельной длины, измеряется в dpi и определяет размер изображения при заданном качестве печати, либо наоборот, качество изображения при заданном размере.
Таким образом, мы рассмотрели понятия «разрешение» применительно к трем совершенно разным объектам: собственно изображению, монитору и печатающему устройству. Друг с другом эти виды разрешения никак не связаны до тех пор, пока не потребуется узнать, какой физический размер будет иметь «картинка» в файле на жестком диске, на экране монитора и при печати на бумаге.
***Физический размер изображения** задается при создании изображения либо в пикселях - если изображение готовится для демонстрации на экране, либо в единицах длины - если изображение*

готовят для печати, и храниться вместе с файлом.
Средствами растровой графики принято иллюстрировать работы, требующие высокой точности в передаче цветов и полутонов. Однако, размеры файлов растровых иллюстраций стремительно растут с увеличением разрешения. Фотоснимок, предназначенный для домашнего просмотра (стандартный размер 10x15 см., оцифрованный с разрешением 200-300 dpi, цветовое разрешение 24 бита), занимает в формате TIFF с включенным режимом сжатия около 4 Мбайт. Оцифрованный с высоким разрешением слайд занимает 45-50 Мбайт., цветное изображение формата А4 занимает 120-150 Мбайт.
Поэтому одним из недостатков растровой графики можно считать больше объемы файлов, что вполне объяснимо, учитывая, что для каждой точки рисунка отводится в зависимости от цветности одна или несколько ячеек оперативной памяти, соответственно, чем качественнее и больше рисунок, тем больше памяти он занимает.
Вторым недостатком растровых изображений является их пикселизация при увеличении (если не приняты специальные меры). Если в оригинале
присутствует определенное количество точек, то при большем масштабе увеличивается и их размер, становятся заметны элементы растра, что искажает саму иллюстрацию и не дает возможности рассмотреть мелкие детали изображения.
Для противодействия пикселизации принято заранее оцифровывать оригинал с разрешением, достаточным для качественной визуализации при масштабировании.
Другой прием состоит в применении стохастического растра, позволяющего уменьшить эффект пикселизации в определенных пределах.
Наконец, при масштабировании используют метод интерполяции, когда увеличение размера иллюстрации происходит не за счет масштабирования точек, а путем добавления необходимого числа промежуточных точек.
Основные понятия векторной графики.
В векторной графике основным элементом изображения является линия, причем совершенно не имеет значения, прямая это линия или кривая. Линия описывается математически как единый объект, и потому объем данных для отображения объекта средствами векторной графики существенно меньше, чем в растровой графике.
***Линия** - элементарный объект векторной графики. Как и любой объект, линия обладает свойствами. К свойствам линии можно отнести:*
•форму - прямая, кривая, замкнутая, разомкнутая;
•толщину - тонкая, толстая, жирная;
•цвет - цветная или черно-белая;
•начертание - сплошная, пунктирная.
Замкнутые линии обладают свойством заполнения. Охватываемое ими пространство может быть заполнено другими объектами: текстурой - регулярные фрагменты (в цветочек, в горошек), картой - заготовленное растровое изображение, или выбранным цветом.
Простейшая незамкнутая линия ограничена двумя точками, именуемыми узлами. Узлы также имеют свойства, параметры которых влияют на форму конца линии и характер сопряжения с другими объектами. Все прочие объекты векторной графики составляются из линий.
Например, прямоугольник можно рассматривать как один объект (замкнутый контур), если объединить объекты-линии, входящие в него.
Из-за такого подхода векторную графику называют объективноориентированной.
Рассмотрим подробнее способы представления различных объектов в векторной графике.
Точка на плоскости представляется двумя числами (x,y), указывающими его положение относительно начала координат.
Прямой линии соответствует уравнение y=kx+b. Указав параметры k и b, всегда можно отобразить бесконечную прямую линию в известной системе координат, т.е. для задания прямой достаточно двух параметров.
Отрезок прямой отличается тем, что требует для описания еще двух параметров - например, координат x1 и x2 начала и конца отрезка.

К кривым второго порядка относятся параболы, гиперболы, эллипсы, окружности, т.е. все линии, уравнения которых содержат степени не выше
второй. Кривая второго порядка не имеет точек перегиба. Прямые линии являются частным случаем кривой второго порядка.
Кривые третьего порядка отличаются от кривых второго порядка возможным наличием точки перегиба.
Например, график функции y=x3 имеет точку перегиба в начале координат. Именно эта особенность позволяет сделает кривые третьего порядка основой отображения природных объектов в векторной графике. Например, линии изгиба человеческого тела весьма близки к кривым третьего порядка. Все кривые второго порядка, как и прямые, являются частными случаями кривых третьего порядка.
Кривые Безье - это особый, упрощенный вид кривых третьего порядка. Метод построения кривой Безье основан на использовании пары касательных, проведенных к отрезку линии в ее окончаниях.
Отрезки кривых Безье описываются восемью параметрами, поэтому работать с ним удобнее. На форму линии влияет угол наклона касательной и длина ее отрезка. Получается, что касательные играют роль виртуальных «рычагов», с помощью которых управляют кривой.
Таким образом, объекты векторной графики хранятся в памяти ЭВМ в виде набора параметров, что, кстати, и объясняет малый размер векторных файлов, но при выводе на экран или на принтер изображение все равно выводится пикселями (устройства вывода так устроены). В этот момент векторной программе приходится вычислять координаты экранных (или бумажных) точек в изображении объекта, поэтому векторную графику называют вычисляемой.
Понятие о фрактальной графике.
Фрактальная графика является вычисляемой, т.е. изображение строится по некоторым математическим уравнениям либо системам уравнений. В основе созданных таким образом фрактальных композиций лежат мелкие фрактальные объекты, объединенные в фигуры по принципу наследования. Фрактальная графика - программируемая.
Фракталы на экране компьютера - это узоры, построенные самим компьютером по заданной программе. Они очень красивы, необычны и интересы, сегодня их даже рассматривают как новый вид компьютерного искусства.

Источник: https://studfile.net/preview/2100121/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Вечные образы, вечные сюжеты.
2. Сказка как тип нарратива, морфология сказки.
3. «Нанонарративы» и их особенности.
4. Здравый смысл и остроумие как нарративные проблемы.
5. Состав затрат включаемых в себестоимость

1. Учебная дисциплина. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИ

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 3. Аудиальный модус медиапроекта

Тема 3.1. Запись и монтаж звука

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Анализ истории аудио культуры XX века и ее направлений	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Аудиокультур	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 3.1. Запись и монтаж звука

Перечень изучаемых элементов содержания

Анализ истории аудио культуры XX века и ее направлений, а так же формы искусства звукового отражения действительности, появившиеся на рубеже XX-XXI веков; искусство звука; природа звука; арсакустика и др. Современные аудио-проекты, выставочные звуковые проекты (музеи, видеоарт, подкасты, инсценировки на радио, пьесы идр).

Аудиокультура. Звукорежиссура. Работа с звуковыми архивами. Разработка концепции авторского аудиопроекта и сценарий проекта. Физические характеристики звука и его восприятие. Оборудование для работы со звуком. Запись в студии. Работа у микрофона. Монтаж и редактирование аудиофайлов.

Лекция

Аудио-визуальные формы культуры xx века (фотография, кино, tv, компьютер).

Век XX был ознаменован своеобразной «сменой парадигм» в системе культуры - и отечественной, и мировой. В течение прошлого столетия происходило изменение базовых функций того, что общество называет культурой и искусством. Это привело к переходу от классической просветительской культуры к господству компенсаторно-развлекательных функций, носителем которых была культура массовая. Одним из главных механизмов такой трансформации явилось то, что в сфере культуры и коммуникации, распространения информации, в том числе и художественной, ведущая роль, наряду с письменным языком, печатным словом, стала все в большей степени принадлежать экрану. Вся современная культура отмечена приматом аудиовизуальной (звукозрительной) коммуникации.

Экранная или аудиовизуальная («звукозрительная») культура — новая коммуникативная парадигма, дополняющая традиционные формы общения между людьми -культуру непосредственного общения и культуру письменную (книжную).
Экранная культура зарождается вместе с кинематографом в конце XIX в. и в течение XX в. становится основным механизмом формирования и трансляции норм, обычаев, традиций и ценностей.
Аудиовизуальные технологии в развитии приводят к мозаичной культуре населения, что проявляется в фрагментации и индивидуализации структуры знаний человека и его общей культуры.
Во многих случаях разработчики экспертных систем, формализующих уникальные знания редких специалистов, наткнулись на невозможность извлечения этих знаний из человека, с одной стороны, и неэффективность их использования рядовым исполнителем, для которого такие системы разрабатывались.
«Элитарная» и «массовая» культуры как проблемы xx века.
Элитарная (высокая) культура создается привилегированной частью общества, либо по ее заказу профессиональными творцами. Она включает изящное искусство, классическую музыку и литературу. Высокая культура (например, живопись Пикассо или музыка Шенберга), трудна для понимания неподготовленного человека. Как правило, она на десятилетия опережает уровень восприятия среднеобразованного человека. Круг ее потребителей — высокообразованная часть общества: критики, литературоведы, завсегдатаи музеев и выставок, театралы, художники, писатели, музыканты. Когда уровень образования населения растет, круг потребителей высокой культуры расширяется. К ее разновидности можно отнести светское искусство и салонную музыку. Формула элитарной культуры — « искусство для искусства».
Массовая культура не выражает изысканных вкусов или духовных поисков народа. Время ее появления — середина XX века, когда средства массовой информации (радио, печать, телевидение) проникли в большинство стран мира и стали доступны представителям всех социальных слоев. Массовая культура может быть интернациональной и национальной. Эстрадная музыка — яркий пример этого: она понятна и доступна всем возрастам, всем слоям населения независимо от уровня образования.
Массовая культура, как правило, обладает меньшей художественной ценностью, чем элитарная или народная культура. Но у нее самая широкая аудитория и она является авторской. Она удовлетворяет сиюминутные запросы людей, реагирует на любое новое событие и отражает его. Поэтому образцы ее, в частности шлягеры, быстро теряют актуальность, устаревают, выходят из моды. С произведениями элитарной и народной культуры подобного не происходит. Высокая культура обозначает пристрастия и привычки горожан, аристократов, богатых, правящей элиты, а массовая культура — культура низов. Одни и те же виды искусства могут принадлежать высокой и массовой культуре: классическая музыка — высокой, а популярная музыка — массовой, фильмы Феллини — высокой, а боевики — массовой, картины Пикассо — высокой, а лубок — массовой. Однако существуют такие жанры литературы (фантастика, детективы и комиксы), которые всегда относят к популярной или массовой культуре, но никогда к высокой. То же самое происходит с конкретными произведениями искусства
Источник: https://studfile.net/preview/9467145/page:15/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Эго-тексты как нарративная проблема.
2. Произвести постобработки снимка (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
3. Съемка серии фотографий по теме на выбор. (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
4. Прототипирование интерфейса мобильного приложения
5. Создание мультимодального проекта

1. Учебная дисциплина. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИ

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 3. Аудиальный модус медиапроекта

Тема 3.2. Создание музыкальной композиции

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основы работы с интерфейсом базовых программных продуктов	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Работа с аудиодорожками и клипами	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 3.2. Создание музыкальной композиции

Перечень изучаемых элементов содержания

Основы работы с интерфейсом базовых программных продуктов. Работа с аудиодорожками и клипами. Инструменты. Работа с аудио-эффектами и автоматизация дорожек. Основы синтеза и режим сессии. Send/Return дорожки и эффекты. Диджеинг. Структура трека, сведение и мастеринг.

Лекция

Интерфейс пользователя — это совокупность средств, с помощью которых пользователь взаимодействует с цифровым продуктом.

Ключевые компоненты интерфейса пользователя:

1. *Визуальные элементы. Это то, что пользователь видит на экране. К визуальным элементам относятся иконки, изображения, шрифты, цвета, кнопки, формы и прочее.*
2. *Взаимодействие. Это то, как пользователь взаимодействует с визуальными элементами. Какие действия он может совершить, как система реагирует на эти действия, какие ошибки могут произойти и как они обрабатываются.*
3. *Содержание. Это информация, которую пользователь получает через интерфейс. Тексты, сообщения, уведомления, подсказки — все это помогает пользователю понять, как работает продукт и что он должен делать, чтобы достичь своей цели.*

Источник: https://sky.pro/media/interfejs-polzovatelya-chto-eto-i-kak-rabotaet/

Вот некоторые Создание музыкальной композиции:

1. *Идея подкаста и интро. Сформируйте главную идею в одном предложении и используйте её в качестве введения к каждому эпизоду.*
2. *Регулярность. Продумайте график выходов: раз в неделю, раз в две недели или раз в месяц.*
3. *Качество звука и техника. В записи не должно быть эхо и посторонних шумов.*
4. *Подготовка голоса. Перед записью каждого эпизода делайте упражнения для речевого аппарата и голосовых связок.*
5. *Оформление подкаста. Поработайте над заголовком, обложкой и логотипом.*
6. *Целевая аудитория. Определите, для кого вы выпускаете подкаст.*
7. *Жанр и формат. Ток-шоу с двумя ведущими, интервью, лекция или монолог, сторителлинг.*
8. *Публикация. Чтобы у аудитории появилась возможность прослушать ваш подкаст, необходимо опубликовать файл на хостинге.*

Источник: https://www.renderforest.com/ru/blog/podcasting-for-beginners

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Мнемонические стратегии и практики.
2. Пуант как проблема, новеллистический и анекдотический дискурс
3. Мнемонические стратегии и практики.
4. Пуант как проблема
5. Раскройте содержание группировки затрат по экономическим элементам

1. Учебная дисциплина. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИ

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 4. Проектная деятельность по созданию цифрового контента

Тема 4.1. Основы создания цифрового контента

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные понятия в веб-разработке	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Основы языка разметки документов	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 4.1. Основы создания цифрового контента

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные понятия в веб-разработке, работа с конструкторами сайтов. Основы языка разметки документов. Основы языка оформления стилей документа Табличная верстка. Блочная верстка. Дизайн-макет. Верстка сайта по макету. Доменные имена и хостинг. Основы WordPress. Темы, шрифты и плагины для WordPress.

Лекция

В современном цифровом мире создание цифрового контента стало неотъемлемой частью маркетинговой стратегии, образа жизни блоггеров и креативных личностей, а также средством обмена информацией и развлечения. Цифровой контент включает в себя тексты, изображения, видео, аудио и другие форматы, которые могут быть распространены и потребляемы в онлайн-среде. В этой статье мы рассмотрим основы создания цифрового контента, чтобы помочь вам начать свой путь в этой увлекательной области.

Выбор формата контента *Первый шаг в создании цифрового контента - это выбор формата. В зависимости от ваших навыков, интересов и целей, вы можете создавать следующие виды контента:*

1. ***Текстовый контент****: Статьи, блоги, рецензии, новости - текстовый контент идеально подходит для тех, кто умеет хорошо выражать свои мысли на бумаге.*

2. ***Графический контент****: Иллюстрации, инфографика, фотографии - визуальный контент играет важную роль в современных медиа и социальных сетях.*

3. ***Видеоконтент****: Видеоролики, влоги, обучающие курсы - видео считается одним из самых эффективных форматов для привлечения внимания аудитории.*

4. ***Аудиоконтент****: Подкасты, аудиокниги, музыкальные треки - аудио контент становится все более популярным среди слушателей.*

Выбор темы и целевой аудитории *Прежде чем приступить к созданию контента, определитесь с темой и целевой аудиторией. Ваш контент должен быть интересным и*

полезным для вашей целевой аудитории. Проведите исследование рынка и конкурентов, чтобы понять, какие темы востребованы и как вы можете предложить что-то уникальное.
Создание качественного контента
1. ***Содержание****: Ваш контент должен быть информативным, интересным и актуальным. Предоставляйте ценную информацию или развлечение для вашей аудитории.*
2. ***Качество****: Стремитесь к высокому качеству во всех аспектах вашего контента - от текста и изображений до звука и видео.*
3. ***Уникальность****: Предлагайте уникальный взгляд или подход к теме. Избегайте копирования контента других авторов.*
4. ***Взаимодействие с аудиторией****: Отвечайте на комментарии, задавайте вопросы и взаимодействуйте с вашей аудиторией. Это поможет создать лояльное сообщество.*
Распространение и продвижение *Чтобы ваш контент был виден и привлекал аудиторию, важно уделить внимание его распространению и продвижению:*
1. ***Социальные сети****: Делитесь вашим контентом на популярных социальных платформах, используйте хэштеги и вовлекайтесь в обсуждения.*
2. ***Email-рассылка****: Создайте подписную базу и отправляйте регулярные обновления вашим подписчикам.*
3. ***Поисковая оптимизация****: Оптимизируйте ваш контент для поисковых систем, чтобы привлекать органический трафик.*
4. ***Сотрудничество****: Рассмотрите возможность сотрудничества с другими контент-создателями или медийными партнерами.*
Анализ и улучшение *Следите за аналитикой и оценками вашего контента. Анализируйте, что работает, и что нуждается в улучшении. Регулярно обновляйте свой контент и адаптируйтесь к изменяющимся потребностям аудитории.*
Заключение *Создание цифрового контента - это творческий и весьма интересный процесс, который может принести вам удовлетворение и успешные результаты. Следуйте основным принципам качественного контента, а также учитесь на ошибках и развивайтесь, чтобы ваша аудитория ценила ваш труд и ваше творчество.*
Источник: https://platforms.su/articles/5307?ysclid=lwgdu64wyi464721155

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Новеллистический дискурс и Анекдотический дискурс
2. Катарсис.
3. Проза как поле креатива.
4. Канон как проблема.
5. Классификация затрат, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг)

1. Учебная дисциплина. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИ

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 4. Проектная деятельность по созданию цифрового контента

Тема 4.2. Проектная деятельность по создания контента

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Проект: содержание категории содержание деятельности	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Целевая аудитория и планирование	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 4.2. Проектная деятельность по создания контента

Перечень изучаемых элементов содержания

Что такое проект? Что такое управление проектами? Роли в проекте. Заказчик проекта. Команда проекта. Пять важных параметров работы: объем работ, качество, сроки, стоимость, риски. Жизненный цикл проекта: определение целей проекта; планирование проекта и решение о том, как он будет выполняться; реализация проекта и достижение его результатов; проверка соответствия результатов исходным целям; завершение проекта и использование результата. Целевая аудитория и планирование. Зачем и для кого мы это делаем? Определение целевых групп проекта и каналов коммуникации. Что мы хотим получить? Результат проекта. Что мы делаем? Описание элементов и содержания проекта. Как мы это делаем? Основные этапы подготовки и реализации проекта. Системы планирования и реализации проекта.

Разработка идеи и целей проекта. Составление портретов целевой аудитории проекта. Планирование ресурсов и бюджета проекта. Составление плана реализации проекта.

Распределение ролей в проекте. Разработка стратегии продвижения проекта. Проработка рисков.

Лекция

В digital-маркетинге контент используют для коммуникации с клиентами и партнерами, формирования мнения о компании, раскрутки продуктов и услуг. Это любые материалы для тех или иных ресурсов – веб-страниц, соцсетей, мессенджеров, рассылок:

- *текстовые посты – обзоры, новости, статьи;*
- *графические материалы – изображения, фото, инфографика;*
- *видео – ролики в соцсетях, на Ютубе;*
- *аудио – музыка, подкасты.*

Все они могут выступать самостоятельными единицами контента или сочетаться и дополнять друг друга.

Контент в сети интернет может быть цепляющим и вызывающим бурные эмоции, а может быть сухим и информативным. В зависимости от целей используют разные виды материалов, которые квалифицируются по множеству параметров.
Чтобы понять, как работать с контентом и привлекать с его помощью аудиторию, также советуем прочитать: «Как составить контент-стратегию за 10 шагов».

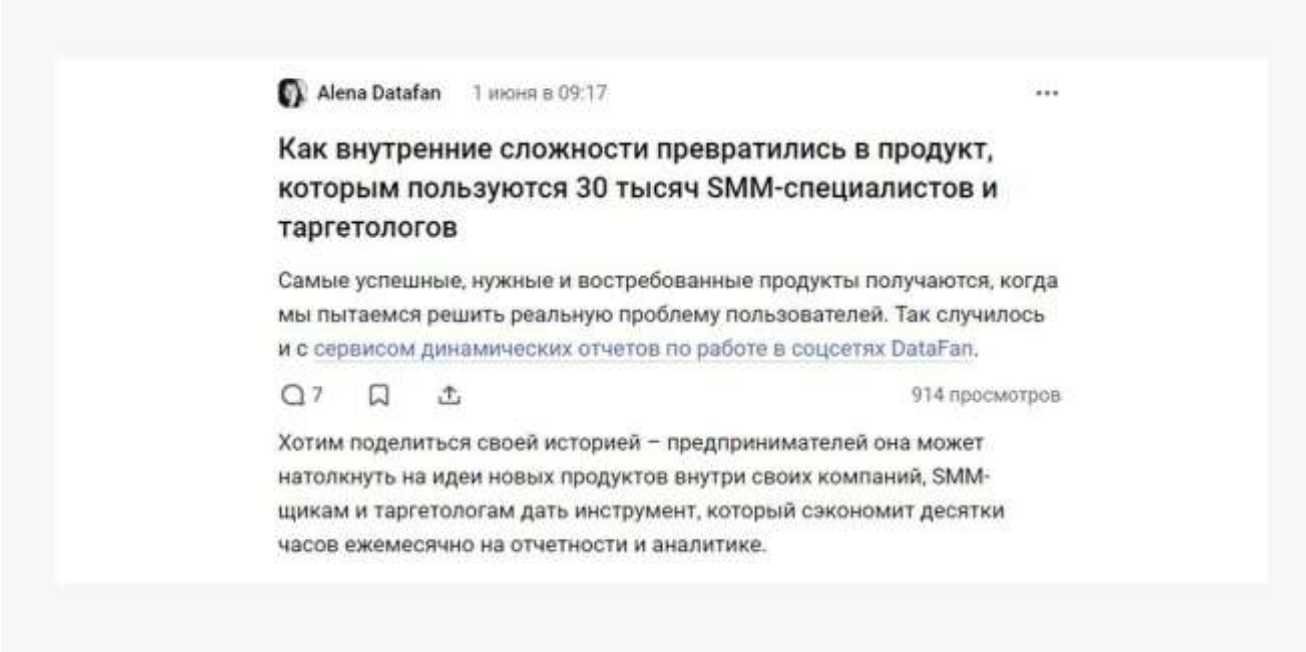
Виды интернет-контента

Информация может быть отраслевой или массовой, классифицироваться по целям, аудитории, форматам. В основном ее разделяют на разновидности по следующим параметрам:

По форматам

Наиболее распространенные виды интернет-контента и его подачи:

- ***Блоги и статьи на сайтах.*** *Стандартное наполнение – новости компании, экспертные тексты и развернутые статьи, которые полноценно и последовательно раскрывают тему. Помогают в продвижении собственного бренда или бизнеса.*
- ***Кейсы.*** *Описание опыта компании, решения проблемы, успешного взаимодействия с партнерами. С помощью кейсов можно показать сильные стороны компании и привлечь новых клиентов.*



Кейс сервиса аналитики по разработке собственного продукта

- ***Аудио.*** *Книги, подкасты, лекции. Аудиозаписи удобно слушать в дороге, формат подходит для подачи учебных материалов и интервью.*
- ***Инфографика.*** *Схемы, благодаря которым легко и быстро считывается информация – результаты опросов, исследований, статистика. Этот вид контента в сети интернет часто используют для демонстрации преимуществ отраслевых товаров и услуг.*
- ***Презентации.*** *Слайды для ознакомления с информацией о продукте или учебными материалами. С помощью презентации и использования разных материалов в ней можно интересно рассказать о компании.*
- ***Рассылки.*** *С их помощью отправляют новости, анонсы, предложения напрямую подписчикам в личку. Формат используется для разных каналов коммуникации, но отправлять письма можно только по предварительно собранной базе клиентов, подписавшихся на рассылку.*
- ***Видео.*** *Реклама, интервью, те же лекции. Формат эффективно работает в рекламе.*
- ***Промо.*** *Рекламные креативы в ленте, таргетированная и контекстная реклама, нативные интеграции. Рассказывает о продукте, делает релевантные предложения*

сегментам аудитории, оказывает влияние на покупательское поведение пользователей, работает на вовлечение подписчиков и развитие сообществ.

По источникам и уровню эксклюзивности

Особенности создания интернет-контента и его качество определяют материалы в одну из следующих групп:

- ***Авторский.*** *Собственный оригинальный материал, созданный на основе своего экспертного опыта или с участием привлеченного специалиста.*
- ***Заимствованный.*** *Копипаст из других источников или плагиат без указания ссылок – является воровством. К материалам, которые можно распространять только с разрешения автора, относится и визуальный контент. Можно размещать фрагменты чужих материалов с указанием владельца и с его разрешения, а также при условии правильно оформленного цитирования в уникальном тексте.*
- ***Пользовательский.*** *UGC-контент – материалы, которые создают пользователи: комментарии, обзоры, отзывы, фотографии, посты. Важный вид контента в сети интернет, так как служит обратной связью от клиентов, помогает в наполнении аккаунта, является отличным социальным доказательством и помогает увеличить продажи.*



UGC-контент в сообществе поклонников бега

- ***Уникальный.*** *Контент, не имеющий аналогов. Информация может быть не новой, но текст или изображение – эксклюзивные.*
- ***Неуникальный.*** *Скопированные материал или недостаточно хороший рерайт. Причем это может быть и собственный контент компании, скопированный из другого аккаунта. Уникальность текстов существенно влияет на продвижение ресурса.*

По целям

Для решения разных задач бизнеса используются различные виды контента:

- ***Развлекательный.*** *Интересные истории, юмор, опросы, вовлекающие интерактивны, мемы. В контент-стратегии выполняет задачи вовлечения и развлечения аудитории. Позволяет получить эмоциональный отклик от пользователей.*
- ***Продающий.*** *Промо-контент, обзоры продуктов, кейсы, лид-магниты. Основная задача этой разновидности контента – привлечь клиентов, прорекламировать и продать товар или услугу.*
- ***Информационный.*** *Полезный, обучающий контент – инструкции, статьи, чек-листы, рецензии, инфографики. Материалы, которые решают проблемы пользователей и демонстрируют экспертность компании.*



Ироничная инфографика SMMplanner о жизни фрилансера

По каналам посева

Продвижение контента в интернете осуществляется на разных площадках, для которых он создается:

- ***Соцсети.*** *Тематические группы и аккаунты брендов. Здесь можно как публиковать ссылки на источники, так и размещать самостоятельные материалы и продвигать их с помощью таргетированной рекламы.*
- ***Мессенджеры.*** *Группы Телеграма, рассылки, платные информационные каналы. В мессенджерах можно анонсировать контент с других площадок в публичном сообществе, вести тематическую группу или публиковать эксклюзивные материалы по подписке в закрытом чате.*
- ***Сторонние площадки.*** *Сайты, на которых эксперты могут размещать гостевые публикации в обмен на охват аудитории. На многих ресурсах хороший контент, соответствующий требованию площадки, можно разместить бесплатно.*
- ***Блог-платформы.*** *Самый известный пример в 2022 году – Яндекс.Дзен. Подходит для ведения коммерческих и личных блогов, продвижения бизнеса и монетизации контента.*
- ***Сайты.*** *На собственном веб-сайте можно размещать практически любой контент, в том числе материалы, опубликованные на других площадках.*

Мы запустили маркетинговое агентство «Делегато» – делегируйте ведение корпоративного блога или бренд-медиа команде SMMplanner и лично главреду сервиса Константину Рудову. Доверьте свой проект профессионалам – мы знаем, как с помощью контент-маркетинга организовать самый дешёвый и стабильный поток трафика, чтобы увеличить продажи!

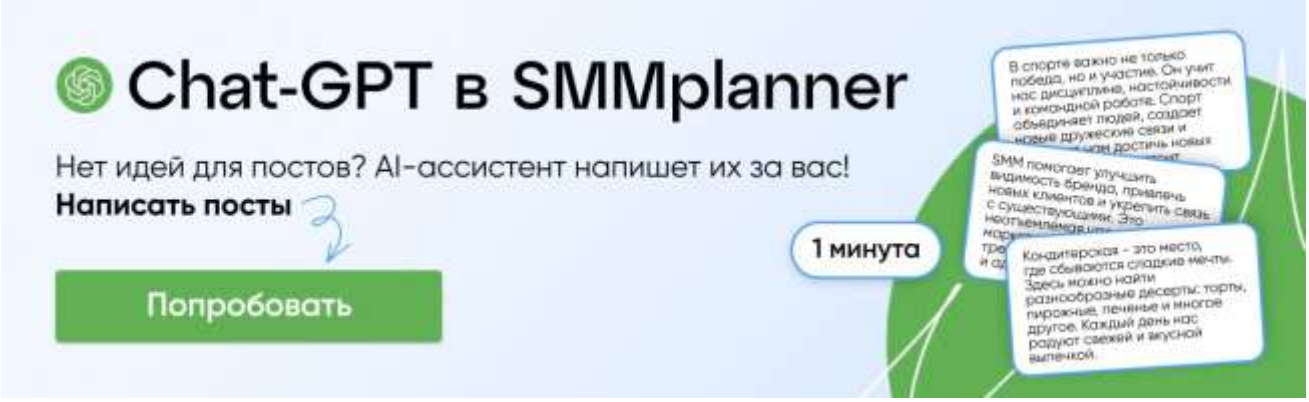
Создание интернет-контента

Чтобы контент работал и привлекал пользователей, нужно, чтобы он распространялся. Но даже с дистрибуцией в 2022 году материалы будут малоэффективны, если не соответствуют основным параметрам качества.

Параметры популярного контента в интернете

Виральный контент, который пользователи сами охотно расшаривают, отличают:

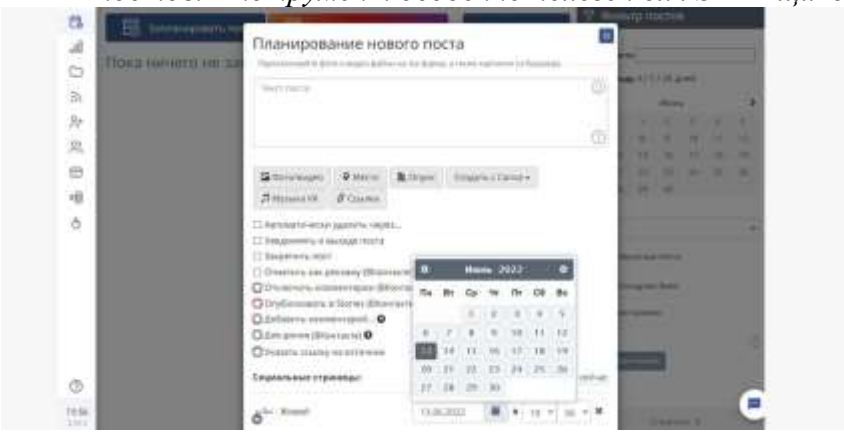
- ***Соответствие интересам ЦА****. Материалы должны быть полезными для пользователей и закрывать их потребности. Чтобы создавать такой контент, нужно проанализировать аудиторию, ее интересы и предпочтения.*
- ***Грамотная подача информации****. Заголовок статьи или поста должен соответствовать содержанию и цеплять внимание аудитории, текст – быть лаконичным, понятным и разбитым на логические части, визуальный материал – дополнять информацию и хорошо сочетаться с текстом.*
- ***Оригинальность и ценность****. Собственные фишки выделят контент на фоне конкурентов. Это могут быть фирменные рубрики, специфический юмор, уникальная подача. Ценным контент делают знания или эмоции, которые получает пользователь.*
- ***Актуальность****. Отслеживайте тренды и тенденции, информационный фон рынка, новинки конкурентов. Посты в группах и промопосты конкурентов удобно находить с помощью парсера Pepper.Ninja.*



Советы по созданию интернет-контента

При разработке интернет-контента пользуйтесь следующими рекомендациями и инструментами:

- ***Составьте портрет целевой аудитории**. Проанализируйте категорию пользователей, географию, время онлайн, потребности, покупательские способности, интересы и предпочитаемые форматы контента ЦА. Напрямую спросите у пользователей, о чем им интересно читать.*
- ***Используйте матрицу контента**. Инструмент помогает генерировать темы и поддерживать регулярность публикаций, которая является залогом успешного продвижения. Подготовленный заранее контент можно загрузить в сервис автопостинга SMMplanner, задать время – и посты опубликуются автоматически. Когда поручите управление контентом сервису, сможете постить материалы в удобное для пользователей время и не подстраивать свою жизнь под график выхода постов. Инструмент особенно полезен для SMM-щиков, работающих с соцсетями.*



Интерфейс SMMplanner

- ***Создавайте материалы разного формата, экспериментируйте с заголовками и креативами**. Если вы только начинаете вести группу или блог, разный контент поможет понять, какие форматы больше заходят пользователям. Вы можете думать, что им интересны короткие смешные посты, а может оказаться, что они больше любят читать полезные лонгриды.*
- ***Отслеживайте и анализируйте статистику**. Посты, которые не интересны ни вам, ни вашим подписчикам – пустая работа. Анализируйте охваты и реакции на материалы с помощью сервиса аналитики DataFan – чтобы видеть, какие темы находят отклик. Не забывайте про анализ постов конкурентов. Собирать статистику статей на веб-сайтах можно с помощью Яндекс.Метрики.*
- ***Дополняйте информацию иллюстрациями и инфографикой**. Особенно в кейсах и презентациях, где фигурируют соотношения чисел, графики и изображения будут к месту.*
- ***Переупаковывайте контент**. Одну и ту же информацию можно подавать в разных форматах, чтобы охватывать разную аудиторию – например, инструкцию можно*

сделать на карточках и показать на видео. Также существует «вечнозеленый контент» – информация, которая осталась актуальной и которую можно заново публиковать время от времени в чуть ином виде.

- ***Изучите типы контента в интернете и работу с ними на курсе**. Лучше потратить время на обучение и сразу начинать продвигаться обдуманно, чем медленно изучать контент-маркетинг на собственных ошибках, пока ваши конкуренты забирают аудиторию. Если планируете поручить управление интернет-контентом специалисту, полученные знания помогут выбрать контент-менеджера и оценивать его работу в будущем.*

Рекомендуем начать с бесплатного базового курса «7 ступеней контент-маркетинга». Это отличный старт для тех, кто планирует использовать контент для продвижения бизнеса. Вы узнаете все необходимое о том, как работает контент в интернете и как использовать его в маркетинге. Курс рассказывает обо всех этапах работы с контентом за 7 уроков. В том числе отдельный урок посвящен практическим советам по созданию контента от практикующих специалистов.

Продвижение контента в интернете

От дистрибуции контента на 80 % зависит успех контент-маркетинга. Вот основные способы повысить охваты, увеличить аудиторию и привлечь больше потенциальных клиентов с помощью постов и других материалов:

- ***Продвижение в поисковой выдаче**. Актуально в большей степени для статей на сайтах – добавление ключей (например, «автосервис в Москве», «покрасить машину в Москве») и оптимизация текста с учетом требований поисковых систем, добавление метатегов и описания. Ядро ключевых запросов для раскрутки нужно собирать заранее и следить за тем, чтобы они соответствовали контексту, так как алгоритмы также оценивают поведенческие факторы – как читатели взаимодействуют с материалом. Плотность ключей определяется на основе SEO-анализа. Поисковая система придает большое значение уникальности контента.*
- ***Комментарий и репост от эксперта**. Используйте чужую наработанную аудиторию – попросите эксперта в вашей теме дать комментарий для статьи, а после – расшарить ее у себя в соцсетях. Многие эксперты готовы делиться опытом бесплатно в обмен на лишнее упоминание. Найти специалиста можно через сервис журналистских запросов pressfeed.ru – в том числе для участия в подкасте или эфире.*
- ***Постинг на разных площадках**. Если вы ведете блог, делайте анонсы статей и размещайте их на нескольких площадках – в мессенджерах и соцсетях. Автоматически репостить контент из RSS-ленты сайта в соцсети можно с помощью того же сервиса SMMplanner. Также в нем можно добавлять UTM-метки к постам, чтобы отслеживать, откуда приходит новая аудитория.*



Анонс статьи в блоге SMMplanner в группе ВК

- ***Гостевые статьи и взаимный пиар**. Вы можете бесплатно размещать авторские материалы на открытых медиаплощадках и упоминать в них источник контента – например, на spark.ru, yagla.ru, vc.ru. С некоторыми блогами близкой тематики*

можно договориться о взаимном размещении гостевых статей для обмена аудиторией и раскрутки.

- ***Перелинковка**. Используйте собственный популярный контент в интернете, чтобы ссылаться в нем на другие свои материалы. Так можно продвигать новые статьи за счет тех, что уже набрали трафик, и привлекать не охваченную аудиторию. Пишите статьи по смежным темам и объединяйте в тематические подборки.*
- ***Платные способы продвижения**. Привлечь внимание к контенту помогают контекстная, таргетированная реклама, посевы у блогеров. Такое продвижение разных типов контента в интернете может быть очень эффективным, но с условием качественных креативов, точно подобранной аудитории, грамотных настроек кампании.*

Главное

Самое важное о работе с контентом – на его создание затрачивается всего 20 % времени. Остальное время уходит на подготовку – анализ ЦА, поиск тем, составление контент-плана, а также на продвижение потенциально популярного контента в интернете – кросспостинг, взаимный пиар, разные виды рекламы. Правильно распределяйте усилия – и наполовину успех будет обеспечен.

Источник: https://smmplanner.com/blog/chto-nuzhno-znat-o-sozdanii-i-prodvizhienii-kontienta-v-intiernietie-ghlavnoie/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Формы тарифной системы оплаты труда.
2. Бестарифная система оплаты труда: понятие, формы.
3. Понятие: затрат, издержек, себестоимости предприятия
4. Основные черты себестоимости как экономической категории. Управление себестоимостью

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

РАЗДЕЛ 1. Введение в предмет. Вербальный модус медиапроекта

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Креатив и творчество: понятие, содержание	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Текст в тексте и текст о тексте	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Нарратив: определение и цели	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4.	Дискурс и его языковая упаковка	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Основные целевые установки речи.
2. Кретиавный дискурс и ложь: проблемы разграничения.
3. Сенекианская модель творчества.
4. Платоновская модель творчества.
5. Аристотелевская модель творчества.
6. Фрейдистская модель творчества.
7. Поэзия как поле креатива.
8. Параллелизм
9. Синкретизм.
10. Драма как поле креатива.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия: Введение в дисциплину

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольных работ

Темы контрольных работ

1. Цели нарратива. Дискурс и его языковая упаковка. Дискурсивные шаблоны.
2. Ритуал как дискурсивная цель. Десемантизация. Виды ритуалов, конвенциональная схема. ГОСТ как схема ритуала.
3. Текст-провокация, текст-шантаж, текст-убеждение. Форматы и стратегии.
4. Виды провокации, «срыв гипотезы» как прием. Стратегии шантажа. Основные принципы убеждения (Тезис, аргументы, виды доказательства).
5. «Здравый смысл» и «остроумие» как проблема креативного письма. Стратегия «остроумия» (Б. Грасиан, Э. Тезауро), «рощи метафор», афоризмы, максимы, загадки (кеннинги) и другие нарративные примитивы. Перифрастические и парафрастические конструкции.

Тема практического занятия: Создание и обработка фото и видео контент

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольных работ

Контрольная работа

Темы контрольных работ:

1. *Пуант как «конечная точка» креатива. «Слом», «изумление» как эффект («меравилья», «вау-эффект»); стратегия создания новеллистического и анекдотического текста.*
2. *Комментарий, рецензия и эссе: жанры и форматы. Дискурс о себе: CV, исповедь, несобственно-прямая речь, автобиография.*
3. *Поэзия как поле креатива. Параллелизм, отголоски дорефлективного традиционализма, синкретизм и его рецепция у современной публики. Экспериментирование с фольклором. Сказка и сказочный код, морфология сказки (В.Я. Пропп), сценарий сказки в современных текстах. Кумуляция и цикл как принципы сюжетостроения.*
4. *Драма как поле креатива. Катарсис и его типы. Фрейдистская модель творчества, сублимация.*
5. *Проза как поле креатива. Риторические основы дискурса, риторический канон (Аристотель, Квинтилиан, Цицерон), мнемонические стратегии, сообщение о сообщении (метатексты). Мнемоника как дискурсивная цель. Текст в тексте и текст о тексте. Металепсис. Хула (псогос, троллинг) и похвала.*
6. *Литературный канон: мировой, национальный, школьный, индивидуальный. Способы канонизации. «Вечные» сюжеты и образы в литературе и культуре. «Историй всего четыре», дискурс о любви, о человеке: стратегии упаковки, круг образов и концептуальных схем.*

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами,

выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

РАЗДЕЛ 2. Визуальный модус медиапроекта

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	История фотографии	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Фотосъёмка и обработка изображений. Съемка и монтаж видео	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Графические редакторы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4.	Монтажные программы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Вечные образы, вечные сюжеты.
2. Сказка как тип нарратива, морфология сказки.
3. «Нанонарративы» и их особенности.
4. Здравый смысл и остроумие как нарративные проблемы.
5. Эго-тексты как нарративная проблема.
6. Съемка по теме «История фотографии». (произвести, продемонстрировать)
7. Съемка по теме «Пейзажи стрит-фото». (произвести, продемонстрировать)
8. Съемка портрета. (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать) (самостоятельно выбрав).
9. Произвести постобработки снимка (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
10. Съемка серии фотографий по теме на выбор. (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия: Фотосъёмка и обработка изображений. Съемка и монтаж видео

Форма практического задания: проект, дискуссия по выполненным работам

Темы проектов

1. Практика фотосъёмки и обработки изображений (демонстрация)
2. Последовательный монтаж и виды прямых соединений. Две схемы последовательного монтажа. Линейный и нелинейный монтаж. (демонстрация)
3. Внутрикадровый монтаж как основа документального наблюдения.

Взаимодействие оператора, автора, режиссера. (демонстрация)

4. Практика съемки и видеомонтажа (демонстрация)

Тема практического занятия: Основы компьютерной графики

Форма практического задания: проект, дискуссия по выполненным работам

Темы проектов

1. Базовые программы. Обработки фотографий. Тоновая и цветовая коррекция изображений. Работа со слоями. Слои-маски. Эффекты (продемонстрировать использование, обсуждение)

2. Базовые инструментарии программы. Создания векторных изображений. Переведение растровых изображений в векторную графику. Работа со шрифтами и текстовыми объектами (продемонстрировать использование, обсуждение)

3. Базовые программы. Таймлиния. Эффекты и возможности программы**.** Рендер видеоролика, кодеки (продемонстрировать использование, обсуждение)

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля –защита проекта, выполненного в рамках практических занятий

Защита проекта, выполненного в рамках практических занятий

Темы проектов:

1. *Практика фотосъёмки и обработки изображений*
2. *Последовательный монтаж и виды прямых соединений. Две схемы последовательного монтажа. Линейный и нелинейный монтаж*
3. *Внутрикадровый монтаж как основа документального наблюдения. Взаимодействие оператора, автора, режиссера*
4. *Практика съемки и видеомонтажа*
5. *Базовые программы. Обработки фотографий. Тоновая и цветовая коррекция изображений. Работа со слоями. Слои-маски. Эффекты*
6. *Базовые инструментарии программы. Создания векторных изображений. Переведение растровых изображений в векторную графику. Работа со шрифтами и текстовыми объектами*
7. *Базовые программы. Таймлиния. Эффекты и возможности программы. Рендер видеоролика, кодеки*

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы

высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

1. Учебная дисциплина. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

РАЗДЕЛ 3. Аудиальный модус медиапроекта

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Анализ истории аудио культуры XX века и ее направлений	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Аудиокультур	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Основы работы с интерфейсом базовых программных продуктов	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4.	Работа с аудиодорожками и клипами	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Прототипирование интерфейса мобильного приложения
2. Создание мультимодального проекта
3. Мнемонические стратегии и практики.
4. Пуант как проблема, новеллистический и анекдотический дискурс
5. Мнемонические стратегии и практики.
6. Создание мини-сериала или подкаста (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
7. Создание аудио сказки. (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
8. Использование семплов и аудиодорожек (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
9. Использование плагинов и midi-дорожкек (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
10. Использование пресетов и эффектов (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Тема практического занятия: Запись и монтаж звука

Форма практического задания: проект, дискуссия по выполненным работам

Темы проектов:

1. Использование семплов и аудиодорожек (разработка, демонстрация, обсуждение)
2. Использование плагинов и midi-дорожкек (разработка, демонстрация,

обсуждение)

3. Использование пресетови эффектов (разработка, демонстрация, обсуждение)

Тема практического занятия: Создание музыкальной композиции

Форма практического задания: проект, дискуссия по выполненным работам

Темы проекта:

4. Сведение треков (разработка, демонстрация, обсуждение)
5. Аранжировка трека (разработка, демонстрация, обсуждение)
6. Создание музыкальной композиции (разработка, демонстрация, обсуждение)

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – защита проекта, выполненного в рамках практических занятий

Защита проекта, выполненного в рамках практических занятий

Темы проектов:

1. *Использование семплов и аудиодорожек*
2. *Использование плагинов и midi-дорожкек*
3. *Использование пресетови эффектов*
4. *Сведение треков*
5. *Аранжировка трека*
6. *Создание музыкальной композиции*

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков.

Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

1. Учебная дисциплина. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

РАЗДЕЛ 4. Проектная деятельность по созданию цифрового контента

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Основные понятия в веб-разработке	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Основы языка разметки документов	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Проект: содержание категории содержание деятельности	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4.	Целевая аудитория и планирование	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Аранжировка трека (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
2. Пуант как проблема
3. Новеллистический дискурс и Анекдотический дискурс
4. Катарсис.
5. Проза как поле креатива.
6. Канон как проблема.
7. Сведение треков (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
8. Создание музыкальной композиции (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
9. Создание простого одностраничного сайта (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
10. Создание многостраничного сайта (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
11. Создание покадрового сценария истории из 6–7 кадров.
12. Создание видеоролика с использованием параллельного монтажа. (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

Тема практического занятия: ***Основы создания цифрового контента***

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольных работ

Темы контрольных работ:

1. Разработка идеи и целей проекта.

2. Составление портретов целевой аудитории проекта.
3. Планирование ресурсов и бюджета проекта.
4. Составление плана реализации проекта.
5. Распределение ролей в проекте.
6. Разработка стратегии продвижения проекта.
7. Проработка рисков.
8. Защита итогового проекта

Тема практического занятия: Проектная деятельность по создания контента

Форма практического задания: медиапроект

Темы медиапроектов:

1. Создание простого одностраничного сайта (разработка, демонстрация, обсуждение)
2. Создание многостраничного сайта (разработка, демонстрация, обсуждение)
3. Создание портфолио (сайта, страницы) собственных работ (разработка, демонстрация, обсуждение)

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

форма рубежного контроля – контрольная работа; защита медиапроекта, выполненного в рамках практических занятий

Контрольная работа

Темы контрольных работ:

1. *Разработка идеи и целей проекта.*
2. *Составление портретов целевой аудитории проекта.*
3. *Планирование ресурсов и бюджета проекта.*
4. *Составление плана реализации проекта.*
5. *Распределение ролей в проекте.*
6. *Разработка стратегии продвижения проекта.*
7. *Проработка рисков.*
8. *Защита итогового проекта*

Защита медиапроекта, выполненного в рамках практических занятий

Темы медиапроектов:

1. *Создание простого одностраничного сайта*
2. *Создание многостраничного сайта*
3. *Создание портфолио (сайта, страницы) собственных работ*

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает

в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. Введение в предмет. Вербальный модус медиапроекта

Тема 1.1. Введение в дисциплину

Иллюстрации:



Тема 1.2. Создание и обработка фото и видео контент

Не предусмотрена.

РАЗДЕЛ 2. Визуальный модус медиапроекта

Тема 2.1. Фотосъёмка и обработка изображений. Съемка и монтаж видео

Иллюстрации:



Идеи для обработки фотографий

Тема 2.2. Основы компьютерной графики

Иллюстрации:



РАЗДЕЛ 3. Аудиальный модус медиапроекта

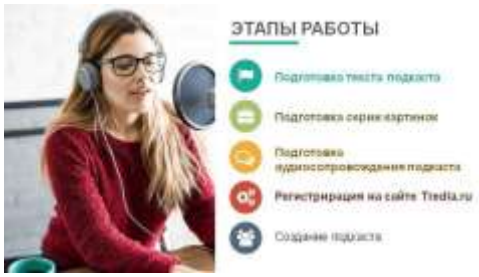
Тема 3.1. Запись и монтаж звука

Иллюстрации:



Тема 3.2. Создание музыкальной композиции

Иллюстрации:



РАЗДЕЛ 4. Проектная деятельность по созданию цифрового контента

Тема 4.1. Основы создания цифрового контента

Иллюстрации:



Тема 4.2. Проектная деятельность по создания контента

Иллюстрации:



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
ДЕЛОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ

Направление подготовки
«42.03.02 Журналистика»

Направленность
Журналистика

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г..

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При

неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос — это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
Раздел 1. ПЕРЕГОВОРЫ КАК ВИД ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ	
Тема 1.1. Понятие и функции переговоров. Типы и виды переговоров	*Культура деловых коммуникаций. Особенности деловых коммуникаций. Формы деловых коммуникаций. Технологии убеждающего воздействия в деловых коммуникациях. Законы и механизмы психологического воздействия. Переговоры как вид деловой коммуникации. Функции переговоров. Типы и виды переговоров*
Тема 1.2. Стратегия и тактика ведения переговоров. Организация и проведение переговоров	*Базовые элементы переговоров. Основные этапы переговоров. Структура взаимодействия участников переговоров. Стратегии ведения переговоров. Тактика ведения переговоров. Способы подачи позиции на переговорах. Основные способы взаимодействия после завершения переговоров*.
Раздел 2. КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРИЕМЫ И ТЕХНИКИ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ	
Тема 2.1. Приемы активного слушания и конструктивного спора в переговорах	*Аргументация как коммуникативная техника. Понятие и характеристики аргументации. Использование сильных аргументов. Основные технологии аргументации. Правила успешной аргументации. Активное слушание как коммуникативная техника. Правила и приемы активного слушания. Ведение спора как коммуникативная техника. Понятие и характеристика спора. Виды спора. Конструктивные приемы ведения спора.*
Тема 2.2. Техники манипулирования в переговорном процессе	*Манипулирование как коммуникативная техника. Понятие и характеристики манипулирования. Виды манипулирования. Речевые паттерны для*

	манипулирования. Невербальные приемы манипулирования. Признаки манипулирования и приемы защиты от манипулирования.

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения –

задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ПЕРЕГОВОРЫ КАК ВИД ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Тема 1.1. Понятие и функции переговоров. Типы и виды переговоров

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое коммуникация?
2. Назовите основные цели коммуникаций.
3. Перечислите структурные компоненты общения.
4. Назовите функции и виды деловой коммуникации.

Тема 1.2. Стратегия и тактика ведения переговоров. Организация и проведение переговоров

Вопросы для самоподготовки:

5. Охарактеризуйте основные элементы коммуникационного процесса.
6. Перечислите этапы коммуникативного контакта.
7. Приведите пример коммуникационного процесса.
8. Какую роль играет информация в коммуникационном процесс.

РАЗДЕЛ 2. КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРИЕМЫ И ТЕХНИКИ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ

Тема 2.1. Приемы активного слушания и конструктивного спора в переговорах

Вопросы для самоподготовки:

1. Дайте расширенное определение манипуляции в переговорах?
2. Охарактеризуйте основные задачи манипуляции в переговорах
3. Какие существуют манипуляции в переговорах?
4. Охарактеризуйте эмоциональное подавление

Тема 2.2. Техники манипулирования в переговорном процессе

Вопросы для самоподготовки:

1. Охарактеризуйте манипуляцию доверием
2. Охарактеризуйте манипуляцию обстоятельствами
3. Охарактеризуйте манипулятивную подачу информации

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ПЕРЕГОВОРЫ КАК ВИД ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Тема 1.1. Понятие и функции переговоров. Типы и виды переговоров

Не предусмотрены

Тема 1.2. Стратегия и тактика ведения переговоров. Организация и проведение переговоров

Сигникативная (обозначения)	Регулятивная		Общения		Коммуникации
отличает речь человека от коммуникации животных (помогает с помощью речи характеризовать личность человека)	связана с регуляцией людей и саморегуляцией		связана с тем, что слово обозначает не только отдельный предмет, но и целую группу сходных предметов и всегда является носителем существенных признаков		передача знаний, отношений, желаний, чувств

Рис. 2.1 - Функции речи

Вид эффекта	**Содержание**

Эффект визуального имиджа	Свидетельствует о том, что первоначальное впечатление о внешнем виде человека является определяющим для дальнейших взаимоотношений. Элегантность и доброжелательный взгляд — всё это еще до начала речи играет большую роль в формировании первого впечатления
Эффект первых фраз	Закрепляет или корректирует первоначальное впечатление. Именно поэтому первые фразы, сказанные собеседнику, должны заинтересовать его. Это означает, что в первых фразах должна быть сосредоточена информация, сразу приковывающая к себе внимание
Эффект аргументации	Заключается в обоснованности, убедительности и логичности информации. Деловому человеку желательно владеть не только основами логики, чтобы уметь грамотно и последовательно строить свою речь, но и владеть достоверной фактической информацией (конкретные факты, цифры)
Эффект порционного выброса информации	Позволяет постоянно поддерживать внимание собеседника, основан на заранее продуманном распределении по всему пространству речи новых мыслей и аргументов, периодической интерпретации ранее сказанного. Это означает, что не нужно за две минуты пытаться рассказать всю необходимую информацию
Эффект релаксации	Позволяет снять эмоциональную напряженность. Если ситуация позволяет, то можно использовать юмор. Он создает естественную паузу для отдыха людей, сближает, настраивает на благожелательный лад и дает силы для восстановления эмоциональной энергии

Таблица 2.1 - Основные коммуникационные эффекты

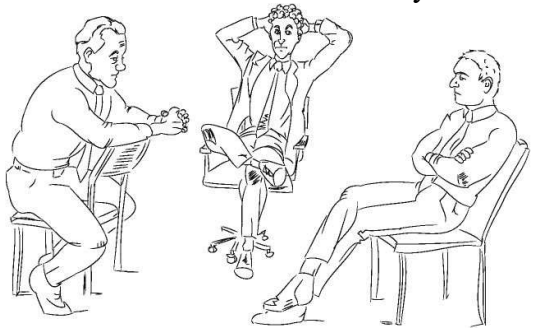


Рис. 2.6 - Ситуация 1



Рис. 2.7 - Ситуация 2



Рис. 2.8 - Ситуация 3



Рис. 2.9 - Ситуация 4

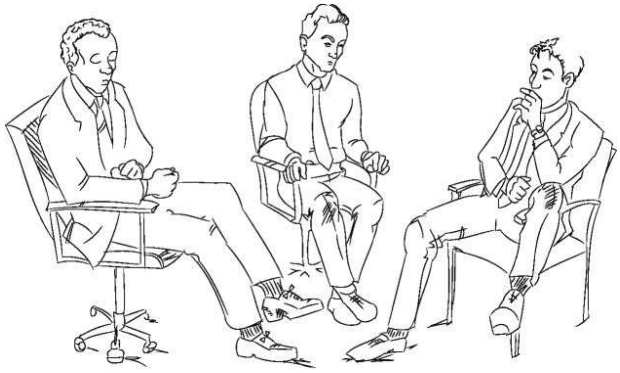


Рис. 2.10 - Ситуация 5

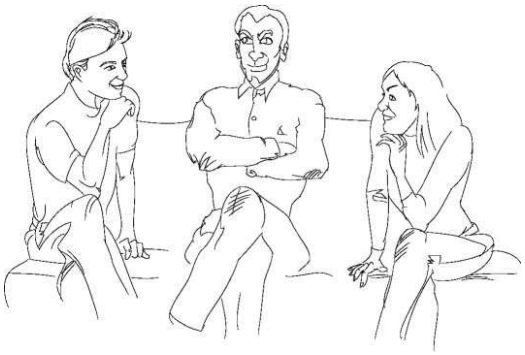


Рис. 2.11- Ситуация 6

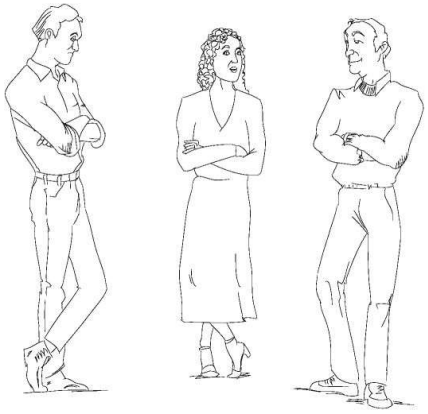


Рис. 2.12 - Ситуация 7

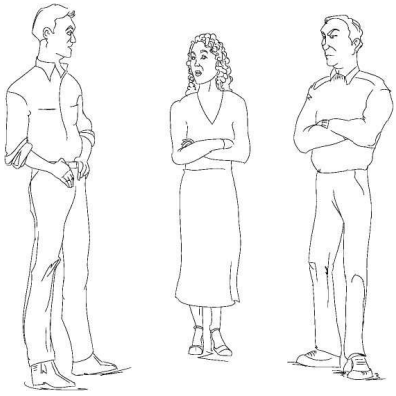
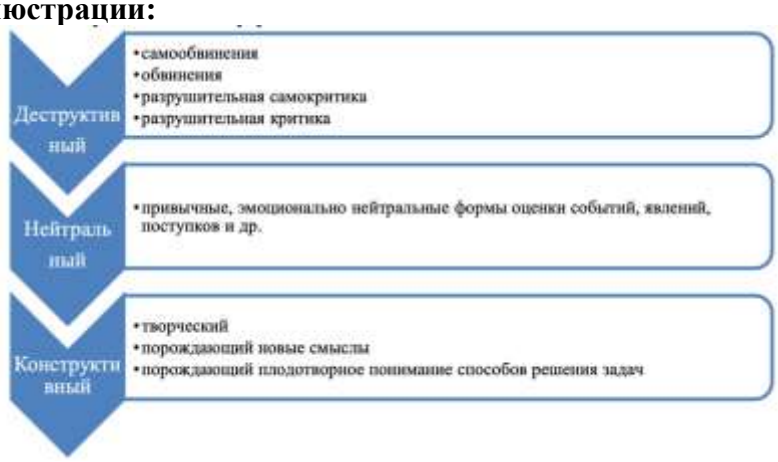


Рис. 2.13 - Ситуация 8

РАЗДЕЛ 2. КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРИЕМЫ И ТЕХНИКИ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ

Тема 2.1. Приемы активного слушания и конструктивного спора в переговорах

Илюстрации:





Тема 2.2. Техники манипулирования в переговорном процессе
Не предусмотрены

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «ВВЕДЕНИЕ В РЕКЛАМУ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

− запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

− постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это

всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Выделите главное, составьте план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала

вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной

литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;

- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;

– в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;

– знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;

– свободное владение терминологией;

– ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;

– единичные ошибки в терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;

– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;

– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

– незнание терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина ДЕЛОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ
2. Тема лекционного занятия.
Раздел 1. ПЕРЕГОВОРЫ КАК ВИД ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ
Тема 1.1. Понятие и функции переговоров. Типы и виды переговоров
3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний этапов проектирования коммуникативных компаний.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	*Культура деловых коммуникаций. Особенности деловых коммуникаций*	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Раздел 1. ПЕРЕГОВОРЫ КАК ВИД ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ
Тема 1.1. Понятие и функции переговоров. Типы и виды переговоров
Текст лекции

Переговоры — коммуникация между сторонами (переговорщиками) для достижения своих целей, при которой каждая из сторон имеет равные возможности в контроле ситуации и принятии решения, которое закрепляется договором. В узком смысле рассматривается как один из методов альтернативного урегулирования споров

Основные понятия деловых коммуникаций, делового общения

Слово «*коммуникация*» произошло от латинского *«communication,* что означает *«сообщение».*

Термин «коммуникация» появился в научной литературе в начале XX в. и имеет три значения:

1) средства связи любых объектов материального и духовного мира;
2) общение, передача информации от человека к человеку (межличностная коммуникация);
3) общение и обмен информацией в обществе (социальная коммуникация) [2].

Коммуникация — специфический обмен информацией, процесс передачи эмоционального и интеллектуального содержания.

Коммуникации — это способ общения и передачи информации от человека к человеку в виде устных и письменных сообщений, языка телодвижений и параметров речи.

Практически все, что окружает человека, является *коммуникативной средой*

При этом одну часть этой среды составляют предметы и явления, которые предоставляют нам информацию о происходящем (то, о чем сообщается), а другую — *средства коммуникации,* с помощью которых эта информация передается (то, как сообщается).

Коммуникационная деятельность осуществляется в обществе в трех формах:

1) общение — диалог равноправных партнеров;

2) управление — целенаправленное воздействие коммуникатора на получателя информации;

3) подражание — заимствование образцов поведения, стилей общения, образа жизни одних членов общества другими. Благодаря подражанию из поколения в поколение передаются язык, традиции, знания, умения.

Взаимодействуя с окружающими людьми, мы часто говорим, что мы общаемся.

Общение — это коммуникативно-информационное взаимодействие людей.

Существуют различные концепции общения. Общение рассматривается:

- как средство передачи информации;
- деятельность;
- специфическая форма взаимодействия;
- способ познания другого человека;
- условие жизнедеятельности;
- способ передачи культурного и общественного опыта;
- способ влияния;
- средство раскрытия субъективного мира личности.

Структурные компоненты общения'.

1. *Предмет общения* — партнер по общению.
2. *Потребность в общении* заключается в стремлении субъекта к познанию и оценке других людей и через них — к самопознанию и самооценке.
3. *Коммуникативные мотивы общения* — факторы, влияющие на продуктивную коммуникативную деятельность, это то, ради чего предпринимается общение.
4. *Задачи общения* — проблемная ситуация, которую необходимо разрешить, на достижение которой в данной коммуникативной ситуации направлены различные действия, совершаемые в процессе общения.
5. *Средства общения* — операции, при помощи которых осуществляются действия общения.

6. *Продукт общения* — образования материального и духовного плана, создающиеся в итоге общения.

Основной *задачей деловой коммуникации* можно назвать продуктивное сотрудничество, стремление к сближению целей, установление и улучшение партнерских отношений.

Цели коммуникаций:

1. Обеспечение эффективного обмена информацией между субъектами и объектами управления.
2. Совершенствование межличностных отношений в процессе обмена информацией.
3. Создание информационных каналов для обмена информацией между отдельными сотрудниками и группами и координации их задач и действий.
4. Регулирование и рационализация информационных потоков.

1.2 Функции и виды деловой коммуникации и переговоров

Коммуникации выполняют целый ряд важных функций. Обычно выделяют *пять основных.*

1. *Связующая* заключается в том, что благодаря ей люди объединяются в процессе любой деятельности.
2. *Формирующая,* в соответствии с которой коммуникации помогают человеку сформировать определенные качества личности.
3. *Подтверждающая функция.* В процессе коммуникации с другими людьми человек получает возможность как бы подтвердить себя, утвердиться в том, что он есть. Еще У. Джеймс отмечал, что для человека «не существует более чудовищного наказания, чем быть предоставленным в обществе самому себе и оставаться абсолютно незамеченным». Это состояние человека фиксируется в понятии «неподтверждения». Каждый день мы в процессе общения «подтверждаем существование друг друга» с помощью привычных действий, закрепленных нормами этикета: ритуалы знакомства, приветствия, именования, оказание различных знаков внимания. Они, говоря научным языком, направлены на поддержание у человека «минимума под- твержденности».
4. *Межличностная* функция заключается в организации и поддержании межличностных эмоциональных отношений.
5. *Внутриличностная* функция коммуникации предполагает общение человека с самим собой. Это универсальный способ мышления человека.

Наиболее распространенной является классификация видов деловой коммуникации, предложенная Ф. И. Шарковым. Он выделяет следующие виды коммуникации.

1. *По масштабности процесса коммуникации и массовости вовлекаемых в него лиц:*

А) *массовая коммуникация* (происходит в том случае, если сообщение получает или использует большое количество людей, зачастую состоящее из различных по интересам и коммуникативному опыту групп);

б) *среднего уровня* (между и в больших социальных группах — *групповая,* в социальных организациях — *внутриорганизационные коммуникаций}*і;

в) *локальная* (внутрисемейная, в малых группах — *внутригрупповая,* межгрупповая). По отношению к каждому из внешних субъектов межгрупповых взаимосвязей коммуникации носят внешний характер — *внешние коммуникации.* Внутренние коммуникации могут принимать характер межличностных отношений—*межличностные коммуникации* (как правило, связаны с идеальной моделью коммуникации, в которой участвуют двое коммуникантов). Межличностные коммуникации отличаются от *внутриличностных (интраперсоналъных),* которые представляют собой «общение с самим собой» (человек диалогизи- рует свой внутренний «монолог», разговаривая со своим внутренним голосом, совестью, alter ego).

2. *По способу установления и поддержания контакта* коммуникации подразделяются:

а) на *непосредственные* (прямые);

б) *опосредованные* (дистанционные).

3. *По инициативности коммуникаторов* коммуникации делятся:

а) на *активные',*

б) *пассивные.*

Если коммуникатор воздействует на реципиента, который не реагирует на послания, то последний играет пассивную роль, а данная коммуникация в целом также является пассивной. Коммуникация становится активной, если все коммуникаторы, участвующие в коммуникативном процессе, инициируют послания и сразу же реагируют на полученную информацию своими действиями.

4. *По степени организованности* коммуникации подразделяются:

а) на *случайные',*

б) *неслучайные* (организованные).

Случайные коммуникации возникают стихийно (обмен информацией происходит случайно во время незапланированных заранее встреч, при этом могут обсуждаться и приниматься достаточно важные и ответственные решения).

5. *В зависимости от направления потока информации* коммуникации подразделяются:

а) на *горизонтальные.* Происходят между членами группы, имеющими равный ранг в системе управления организацией, между друзьями, равнозначными группами в обществе;

б) *вертикальные.* Вертикальные коммуникации, в свою очередь, подразделяются на нисходящие и восходящие. Коммуникативный поток, который перемещается от одного уровня в группе или организации к другому, более низкому уровню, называется *нисходящим* (общение начальника со своими подчиненными). *Восходящая* информация от более низкого к более высокому уровню используется для обратной связи подчиненных с руководителем с целью информирования о результатах работы и текущих проблемах.

6. *В зависимости от используемых знаковых систем* коммуникации подразделяются:

а) на *вербальные',*

б) *невербальные.*

Вербальные коммуникации реализуются посредством устных и письменных сообщений. Устная передача информации осуществляется в процессе речевого диалога, совещания, переговоров, презентаций, телефонного разговора, когда наибольший объем информации передается посредством голосовой связи. Письменные коммуникации реализуются через документы в форме писем, приказов, распоряжений, инструкций, положений, когда руководитель передает подчиненному письменные указания. Несмотря на развитость вербальных коммуникаций, их удельный вес в процессе человеческого общения, по мнению ученых, не превышает 10%.

Невербальные коммуникации осуществляются посредством языка телодвижений и параметров речи. *Язык телодвижений* — главный компонент невербальных коммуникаций, оказывающих воздействие на другого человека (до 55% всех коммуникаций). К нему относятся одежда, осанка, жесты, собственно телодвижения, фигура человека, поза, выражение лица, контакт глазами, размер зрачков, расстояние между говорящими. *Параметры речи* — второй по значимости компонент невербальных коммуникаций, который составляет до 35% всех коммуникаций. К параметрам речи мы относим интонацию, тембр голоса, темп речи, частоту дыхания, выбор слов, употребление жаргона, громкость голоса, произношение слов и др.

7. *По характеру кодирования с учетом специфики получателя (адресата)'.*

а) *публичные* — коммуникации, обладающие экспрессией, рассчитанные на массовые аудитории;

б) *личностные (индивидуальные)* — рассчитанные на получение сообщения только конкретным индивидом;

в) *конфиденциальные* — разновидность личностных коммуникаций, не рассчитанных на восприятие третьим индивидом.

8. *По характеру процесса, с учетом его результативности* коммуникации подразделяются на следующие виды:

а) *эффективные (успешные)',*

б) *неэффективные*

Проблема эффективности коммуникаций достаточно сложна. В каждой сфере деятельности эффективность коммуникации зависит от специфики самой деятельности. Общим является: наличие эффекта обратной связи и достижение поставленной цели Проблема эффективности коммуникаций достаточно сложна. В каждой сфере деятельности эффективность коммуникации зависит от специфики самой деятельности. Общим является: наличие эффекта обратной связи и достижение поставленной цели

1. Учебная дисциплина ДЕЛОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 1. ПЕРЕГОВОРЫ КАК ВИД ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ
Тема 1.2. Стратегия и тактика ведения переговоров. Организация и проведение переговоров
3. Цели занятия

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, а также в выборе коммуникационных каналов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	*Базовые элементы переговоров.* *Основные этапы переговоров.* *Структура взаимодействия участников переговоров.*	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. РАЗДЕЛ 1. ПЕРЕГОВОРЫ КАК ВИД ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ
Тема 1.2. Стратегия и тактика ведения переговоров. Организация и проведение переговоров
Текст лекции

Коммуникативная сторона общения связана с передачей информации как с помощью речи (вербально), так и посредством разнообразных действий (невербально).

К *вербальным средствам коммуникации* относится речь —устная и письменная в ее смысловом значении.

Существуют мнения, что интонации голоса, темп речи и другие сопутствующие проявления также относятся к категории вербальных. Однако если учесть, что подобные особенности могут не только дополнять, но и полностью отменять прямой смысл сказанного, мы считаем невербальными средствами все, не являющиеся, собственно, словами.

Таким образом, к *невербальным средствам коммуникации* относятся все остальные средства передачи информации:

1) *почерк',*
2) *околоречевые средства* (интонации, громкость, темп, ритм речи, тембр голоса, дикция, звуки, сопутствующие речи, — «э-э-э», «хм-м», покашливание и др.);
3) *кинесические средства* (мимика, жесты, позы тела, походка, прикосновения к партнеру и пр.);
4) *дистанции (зоны) общения* (расстояние между партнерами);
5) *организация пространства* (расположение партнеров друг относительно друга);
6) *место общения* (территория, на которой происходит общение);
7) *время общения* (не только время суток, но и момент психологического или физиологического состояния партнера);
8) *запахи* (парфюмерии, используемой партнерами, индивидуальные запахи, улавливаемые на бессознательном уровне, запахи окружающей среды, влияющие на эмоции человека);
9) *стиль партнеров* (одежда, прическа, аксессуары и пр.).

В процессе коммуникации происходит «расшифровка» вербальных и невербальных сигналов. *По мнению психологов, человек осознает только около 10% информации, которой владеет его мозг, а значит, расшифровка и анализ информации происходят не столько на сознательном уровне, сколько на бессознательном.* Соответственно, реакция на полученное сообщение нами часто не осознается.

2.1 Особенности вербальной коммуникации

Процесс деловой коммуникации осуществляется с помощью вербальных (речевых) и невербальных (неречевых) средств, причем значение вторых, как правило, недооценивается обыденным сознанием.

На самом деле невербальная коммуникация играет гораздо более важную роль, чем может показаться на первый взгляд. По данным всемирно известных американских ученых Рея Бёрдвистелла (1918-1994 гг.) и Альберта Меграбяна (р. 1939), полное сообщение усваивается человеком через мимику и жесты на 55%, через интонацию—на 38% и через слова лишь на 7%. Поэтому рассмотрению невербальной коммуникации будет посвящена большая часть параграфов данной главы.

Тем не менее умение грамотно пользоваться речью —очень важное качество делового человека.

Речь — это язык в действии (язык же — это система знаков, включающая слова с их значениями, и синтаксис — набор правил, по которым строятся предложения).

С помощью речи мы используем средства языка для решения тех или иных проблем и задач, которые возникают в различных ситуациях общения и деятельности.

Речевой акт — это индивидуальное и каждый раз новое употребление языка.

Речь имеет несколько функций (рис. 2.1):

1. Сигникативная.
2. Регулятивная.
3. Общения.
4. Коммуникации.

Сигникативная (обозначения)	Регулятивная		Общения		Коммуникации
отличает речь человека от коммуникации животных (помогает с помощью речи характеризовать личность человека)	связана с регуляцией людей и саморегуляцией		связана с тем, что слово обозначает не только отдельный предмет, но и целую группу сходных предметов и всегда является носителем существенных признаков		передача знаний, отношений, желаний, чувств

Рис. 2.1 - Функции речи

Таким образом, по своему жизненному значению речь имеет полифункцио- нальный характер. Виды речи представлены на рисунке 2.2.

Вербальная коммуникация — это процесс двустороннего речевого обмена людей, ведущий к взаимному пониманию.

Она объединяет людей с помощью языка. Но способ этого объединения может быть различным. Он зависит от вида речи.

Различают два основных вида речи: внешнюю и внутреннюю. Внешняя речь включает устную (диалогическую и монологическую) и письменную.

Внутренняя речь—речь, которую человек произносит про себя. Чаще всего это происходит, когда он размышляет, вспоминает или планирует что-то, ведет диалог с самим собой или вообра

жаемым партнером или партнерами.

Для внутренней речи характерны фрагментарность, отрывочность. Она обычно беззвучна, ситуативна и близка к диалогической.

Внешняя речь —это речь, которую человек обращает к другим людям.

Ее основная функция — коммуникативная, т. е. передача какой-либо информации. Внешняя речь, как уже было отмечено, может быть устной и письменной.

Письменная речь—речь, реализуемая различными графическими или техническими средствами и воспринимаемая зрительно.

Как правило, она осуществляется без непосредственного контакта с партнером по общению и без обратной связи. Отсюда —и повышенные требования к письменной речи: она должна быть точной, полной, недвусмысленной.

Устная речь —это речь, произносимая вслух и воспринимаемая прежде всего на слух.

Она бывает диалогической и монологический.

Диалогическая речь поддерживается взаимными репликами собеседников. Обычно она не развернута и зависима от реплик партнера по общению. Считается, что диалог более первичен по отношению к монологу. Чаще всего реализуется в форме непринужденной беседы.

Монологическая речь — речь одного человека, как правило, не перебиваемая репликами других людей. Это относительно связное и длительное изложение мыслей, идей, взглядов человека. Чаще всего монологическая речь реализуется в форме лекции, доклада, рассказа или публичного выступления. Монологическая речь часто требует серьезной предварительной подготовки, во время которой полезно использовать существующие принципы и правила построения грамотной речи

Принцип доступности предполагает учет культурно-образовательного уровня делового партнера или клиента, их жизненного и производственного опыта. Люди

слышат то, что хотят слышать. Поэтому прежде чем что-либо говорить, необходимо обращать внимание на социальную принадлежность собеседника. Исходя из этого нужно строить свою речь, выбирая подходящие слова.

Принцип ассоциативности связан с вызовом сопереживаний и размышлений у собеседника путем обращения к его эмоциональной и рациональной памяти. Для вызова соответствующих ассоциаций используются такие приемы, как аналогия, ссылки на прецеденты, образность высказываний.

Принцип экспрессивности находит выражение в эмоциональной напряженности речи делового человека, его мимике, жестах и позе. Формами экспрессивности могут быть: страстность, сострадание, радость, грусть и т. д.

Принцип сенсорности предусматривает широкое использование цвета, света, звука, рисунков, моделей в коммуникационном общении.

Принцип интенсивности характеризуется темпом подачи информации. Различная информация и разные люди нуждаются в дифференцированном темпе изложения и усвоения речи. Нужно обязательно учитывать темперамент собеседников.

Эффективность речи делового человека выражается в способности с помощью слов воздействовать на мысли и чувства собеседников. Рассмотренные принципы речевого воздействия, несомненно, будут способствовать этому. Однако для эффективной коммуникации желательно также иметь представление о коммуникационных эффектах, имеющих место в речевых контактах с партнером (табл. 2.1).

Таблица 2.1 - Основные коммуникационные эффекты

Вид эффекта	**Содержание**
Эффект визуального имиджа	Свидетельствует о том, что первоначальное впечатление о внешнем виде человека является определяющим для дальнейших взаимоотношений. Элегантность и доброжелательный взгляд — всё это еще до начала речи играет большую роль в формировании первого впечатления
Эффект первых фраз	Закрепляет или корректирует первоначальное впечатление. Именно поэтому первые фразы, сказанные собеседнику, должны заинтересовать его. Это означает, что в первых фразах должна быть сосредоточена информация, сразу приковывающая к себе внимание
Эффект аргументации	Заключается в обоснованности, убедительности и логичности информации. Деловому человеку желательно владеть не только основами логики, чтобы уметь грамотно и последовательно строить свою речь, но и владеть достоверной фактической информацией (конкретные факты, цифры)
Эффект порционного выброса информации	Позволяет постоянно поддерживать внимание собеседника, основан на заранее продуманном распределении по всему пространству речи новых мыслей и аргументов, периодической интерпретации ранее сказанного.
продолжение на следующей странице	

Вид эффекта	**Содержание**
	Это означает, что не нужно за две минуты пытаться рассказать всю необходимую информацию
Эффект релаксации	Позволяет снять эмоциональную напряженность. Если ситуация позволяет, то можно использовать

	юмор. Он создает естественную паузу для отдыха людей, сближает, настраивает на благожелательный лад и дает силы для восстановления эмоциональной энергии

Разновидности устной речи соотносятся с жанрами. Известный филолог XX века М. М. Бахтин обратил внимание на то, что устная речь не хаотичная.

«Мы говорим только определенными речевыми жанрами, то есть все наши высказывания обладают определенными относительно устойчивыми типическими формами построения целого».

Выбор жанров устной речи зависит от условий общения, от характера отношений, в которых находятся говорящие, и от их количества. В соответствии с ними выделяют официальное — неофициальное, публичное — непубличное общение.

Официальное общение осуществляется в официальной обстановке (на работе) при соблюдении официальных отношений между говорящими. При официальном общении коммуниканты выступают представителями того или иного социального института и имеют определенные статусно-ролевые характеристики.

Как и официальное, полуофициальное общение также протекает в официальной обстановке — служебном помещении. *Полуофициальное общение* сохраняет официальные отношения руководителя и подчиненных. Как отмечают исследователи, для каждой организации характерен набор правил общения, которые являются неписаными нормами поведения сотрудников. Эти правила соблюдаются и в статусно-ролевом полуофициальном общении. В полуофициальном общении соблюдаются этикетные рамки общения (слова приветствия и прощания).

Полуофициальное общение отличается от неофициального своей профессиональной направленностью, использованием в связи с этим большого количества профессиональной лексики (грант, темпус, буклет, бейдж, файл, дедлайн, принтер, регистрация и т. д.).

Полуофициальное общение — промежуточная зона между официальным и неофициальным общением (более близкое к неофициальному), может быть выделено в самостоятельный третий тип общения, основными организующими признаками которого являются сохранение принципа статусно-ролевого общения при непринужденности персонально адресованной коммуникации [7].

2.2 Структура и функции невербальной коммуникации

Невербальная коммуникация представляет собой общение посредством неречевых знаковых систем.

Особенностью невербального языка является то, что его проявление обусловлено импульсами нашего подсознания. Отсутствие возможности подделать эти импульсы позволяет нам доверять этому языку больше, чем обычному, вербальному каналу общения. Кроме того, чтение жестов помогает осуществлять обратную связь в процессе коммуникации. Знание языка жестов и телодвижений позволяет не только лучше понимать собеседника, но и предвидеть, какую реакцию произвело на него услышанное еще до того, как он выскажется по этому поводу. Интерпретация невербального поведения превращается в творческий процесс, который требует наблюдательности, интереса и внимания к человеку, социального

интеллекта, т. е. того, что называют коммуникативной культурой. Поэтому если деловой человек хочет достичь определенных успехов во взаимоотношениях с клиентами и своими коллегами, ему необходимо овладеть хотя бы азами невербальной коммуникации.

Невербальная коммуникация имеет визуальную, акустическую, тактильную и ольфакторную системы (рис. 2.4).

- приятные и неприятные запахи окружающей среды;
- естественные (тело) и искусственные (косметика) запахи человека

Рис. 2.4 - Подсистемы невербальной коммуникации

Исследователи выделяют *ряд факторов,* которые влияют на характер невербальной коммуникации и ее элементы:

- *национальная принадлежность* (одни и те же жесты могут означать разное у разных народов);
- *состояние здоровья* (у человека в болезненном состоянии меняются взгляд, звучание голоса, жесты обычно более вялые, хотя есть заболевания, сопровождающиеся повышенной возбудимостью, эмоциональностью);
- *профессия человека* (слабое рукопожатие не всегда есть проявление слабости: может быть, профессия требует беречь пальцы);
- *уровень культуры,* который влияет на состав жестов, представление об этикете, правильном воспитании;
- *статус человека* (чем выше стоит он на иерархической лестнице, тем скупее на жесты; они становятся более утонченными);
- *принадлежность к группе* (групповые традиции, нормы, правила могут существенно модифицировать пантомимику члена группы);
- *актерские способности* (многие умеют играть не только словами, но и невербальными знаками);
- *возраст* (в раннем возрасте одно и то же состояние может выражаться разными жестами; кроме того, возрастной фактор часто играет ту же роль, что и статус. С возрастом может снижаться скорость движений);
- *сочетание невербальных знаков* (обычно состояние передается не одним, а несколькими элементами пантомимики. При нарушении гармонии между этими элементами складывается впечатление неискренности; то же относится к согласованию слов и жестов);
- *возможность проявить и воспринять невербальные средства общения* (физическая преграда между партнерами затрудняет их полноценное восприятие, как, например, при разговоре по телефону).

Выделяют несколько функций, которые невербальные сообщения выполняют при взаимодействии с вербальными. Это дополнение, опровержение и замещение вербальных сообщений, а также регулирование разговора:

1) *функция дополнения* выражается в том, что невербальные сообщения делают речь более выразительной, уточняют и проясняют ее содержание. Речь можно точнее понять и лучше запомнить, если она дублируется жестами. Это может иметь отношение и при контактах с зарубежными партнерами, не владеющими в достаточной степени иностранным языком. Привлечь внимание собеседника можно, повышая громкость голоса, делая перед словами паузы или жестикулируя определенным образом (например, поднятый вверх указательный палец — знак «это важно»);

2) *функция опровержения* выражается в том, что невербальное сообщение противоречит вербальному. Исходя из того, что невербальное поведение меньше контролируется сознанием, оно может опровергать сказанное. Даже если свою первую реакцию человек контролирует, подлинное состояние обнаружится спустя примерно 4-5 секунд. Улыбка или выражение удивле[SEP]ния, которые делятся дольше этого времени, могут указывать на обман. Вот почему полезно наблюдать за соответствием между речевыми и неречевыми посланиями;

3) *функция замещения* выражается в использовании невербального сообщения вместо вербального. Например, в шумном холле гостиницы, где собралось много людей, мы жестами сообщаем находящемуся вдали гостю, что такси прибыло и нужно выходить;

4) *функция регулирования* выражается в использовании невербальных знаков для координации взаимодействия между людьми. При этом часто используются знаки, замещающие слова: поворот головы в сторону; прикосновение к кому-то, выражающее желание о чем-то спросить, и другие. Эти и многие другие знаки регулируют течение коммуникации.

Таким образом, *невербальная коммуникация* — важнейшее средство коммуникативной культуры делового человека, которая предполагает не только теоретические знания, но и практические навыки по изучению индивидуальности другого человека по различным невербальным признакам. Одним из таких навыков является способность определять характер человека по его почерку, т. е. графологическая компетентность.

2.3 Роль поз, мимики и жестов в деловой коммуникации

Внешние проявления человеческих чувств и эмоций, т. е. мимику, жесты, пантомимику (позы, осанку, поклоны, походку), изучает *кинесика.*

Мимика —это движение мышц лица, отражающее внутреннее эмоциональное состояние, способное предоставить истинную информацию о том, что переживает человек.

Мимические выражения несут более 70% информации о том, что [1]•—-) переживает человек [8].

Шесть основных эмоциональных состояний:

- гнев,
- радость,
- страх,
- страдание,
- удивление,
- отвращение.[SEP]

Легче всего распознаются положительные эмоции (радость, любовь, удивление), труднее воспринимаются отрицательные (печаль, гнев, отвращение). Основную познавательную нагрузку в распознавании истинных чувств человека несут брови и губы. Так, испытуемым предъявлялись рисунки лиц, где варьировались только положение бровей и губ (рис. 2.5). Согласованность оценок испытуемых была очень велика — опознание эмоций было почти стопроцентным.

Научно доказано, что левая сторона лица гораздо чаще выдает эмоции человека: это вызвано тем, что правое полушарие, контролирующее эмоциональную жизнь человека, отвечает за левую сторону лица. Положительные эмоции отражаются более или менее равномерно на обеих половинах лица, а отрицательные — ярче выражены на левой.

С помощью глаз передаются самые точные сигналы о состоянии человека, поскольку расширение и сужение зрачков не поддается сознательному контролю. При постоянном

освещении зрачки могут расширяться или сужаться в зависимости от настроения. Если человек возбужден или заинтересован чем-то или находится в приподнятом настроении, его зрачки расширяются в четыре раза против нормального состояния. Наоборот, сердитое, мрачное настроение заставляет зрачки сужаться.

Жесты в общении дают много информации. В их языке, как и в речи, есть слова, предложения.

Богатейший жестовый «алфавит» можно разбить на *шесть групп'.*

1. *Жесты-иллюстраторы* — жесты-указатели («указывающий перст»); пиктографы, т. е. образные картины изображения; кинетографы — движения телом; жесты-«биты» (жесты-«отмашки»); идеографы, т. е. своеобразные движения руками, соединяющие воображаемые предметы вместе).
2. *Жесты-аффекторы* — выражают движениями тела и мышц лица определенные эмоции.
3. *Жесты-эмблемы* — своеобразные заменители слов или фраз в общении: сжатые вместе руки (как при рукопожатии), слегка приподнятые, означают во многих случаях «здравствуйте», а воздетые над головой — «до свидания».
4. *Жесты-адапторы* — специфические привычки человека, снизанные с движениями рук. Ими бывают: почесывания, подергивания отдельных частей тела; прикасания, пошлепывания партнера; поглаживание, перебирание отдельных предметов, находящихся под рукой (карандаша, пуговицы и т. п.).
5. *Жесты-регуляторы* — выражают отношение говорящего к чему-либо улыбкой, кивками, направлением взгляда, целенаправленными движениями рук.
6. *Микрожесты* — движения глаз, покраснение щек, увеличенное количество морганий в минуту, подергивания губ и пр.

Жесты могут подразделяться также на следующие виды (Ниренберг Дж., 1990):

- *жесты оценки* — почесывание подбородка; вытягивание указательного пальца вдоль щеки; вставание и прохаживание и др.;
- *жесты уверенности* — соединение пальцев в купол пирамиды; раскачивание на стуле;
- *жесты нервозности и неуверенности* — переплетенные пальцы рук; пощипывание ладони; постукивание по столу пальцами; трогание спинки стула перед тем как на него сесть и др.;
- *жесты самоконтроля* — руки заведены за спину, одна при этом сжимает другую; поза человека, сидящего на стуле и вцепившегося руками в подлокотник, и др.;
- *жесты ожидания* — потирание ладоней; медленное вытирание влажных ладоней о ткань;
- *жесты отрицания* — сложенные руки на груди; отклоненный назад корпус; скрещенные руки; дотрагивание до кончика носа и др.;
- *жесты расположения* — прикладывание руки к груди; прерывистое прикосновение к собеседнику и др.;
- *жесты доминирования* — жесты, связанные с выставлением больших пальцев напоказ, резкие взмахи сверху вниз и др.;
- *жесты неискренности* — «прикрытие рукой рта»; «прикосновение к носу» как более утонченная форма прикрывания рта, говорящая либо о лжи, либо о сомнении в чем-то; поворот корпуса в сторону от собеседника, «бегающий взгляд» и др. [8].

Рассмотрим несколько ситуаций использования жестов в различных обстоятельствах повседневного общения (рис. 2.6).

Человек слева сидит верхом на стуле для того, чтобы контролировать ход беседы или оказывать доминирующее влияние на человека справа. Он также пользуется жестом — «прямой разворот тела», направленным на человека справа от него. Он стиснул пальцы, и его ноги сведены вместе под стулом, что говорит о его расстроенных чувствах, возможно, от того, что он не может убедить своих собеседников в своей правоте. Человек в центре чувствует себя выше остальных двух, о чем говорит его жест обеих рук, заложенных за голову. Кроме того, он зафиксировал одну ногу на колене другой ноги, а этот жест говорит о его несогласии и намерении поспорить. У него повышающий статус стул, который вращается, откидывается назад, катается на колесиках и имеет подлокотники. Человек справа сидит на стуле, который не способствует повышению статуса, это стул с низкой спинкой, устойчивыми ножками без колесиков, и никаких украшений. Его руки и ноги тесно переплетены (оборонительная позиция), голова наклонена вниз (враждебность). Все указывает на то, что человек не верит тому, что ему рассказывают.

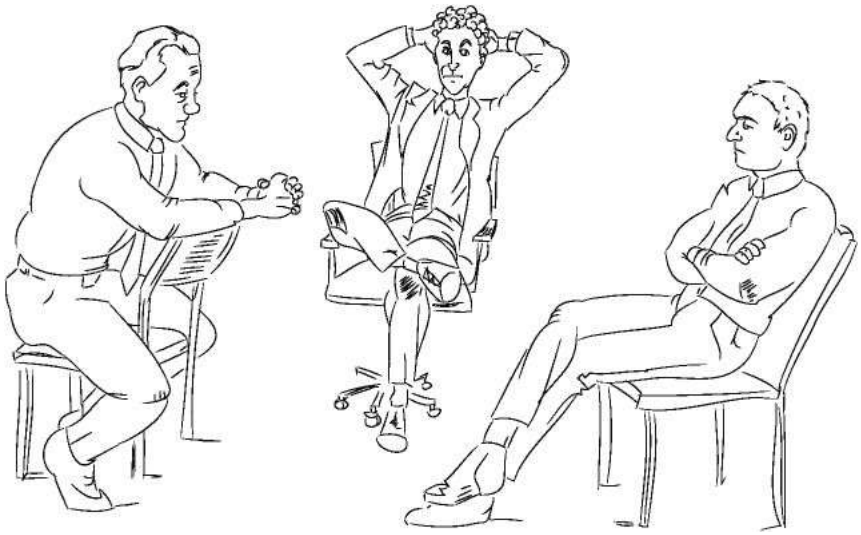


Рис. 2.6 - Ситуация 1

На рисунке 2.7 женщина демонстрирует классические жесты женского кокетства. Одна нога у нее выставлена вперед, указывая на человека слева (интерес), серия жестов —«руки на бедре» и «большой палец за поясом» говорит о сексуальной готовности, привлекательно выставлено левое запястье, и она при курении выпускает дым вверх (положительный настрой, уверенность в себе). Она также искоса поглядывает на человека слева, а он отвечает на ее кокетливые жесты своими жестами: он поправляет галстук (прихорашивание), и носок его ноги направлен на женщину. Голова его поднята вверх (заинтересованность). Видно, что мужчина в центре группы не в восторге от присутствия другого, т. к. он отвернулся от него и смотрит на него вызывающим взглядом искоса. Его ладони не видны, и он направляет дым при курении вниз (отрицательное отношение), кроме того, он опирается о стену (территориальный вызов).

На рисунке 2.8 человек слева характеризуется высокомерным поведением по отношению к человеку, сидящему напротив него, потому что он использует жесты превосходства над другими. Его веки полузакрыты, а мозг пытается отгородиться от присутствия этого человека. Голова откинута назад, чтобы можно было снисходительно смотреть сверху вниз. Воинственность его позы проявляется в том, что колени крепко сжаты, а обе руки, держащие бокал с вином, образуют барьер. Человек в центре явно исключен из разговора, так как двое других не образуют треугольную приглашающую позицию. Он, однако, держится

обособленно, что видно по его жестам — большие пальцы в кармане жакета (превосходство), он откинулся на спинку стула и демонстрирует область гениталий. Голова его находится в нейтральном положении. Человек справа уже сыт по горло этим пренебрежением[SEP]и принял стартовую позицию (готовность уйти), а тело его направлено на ближайшую дверь на выход. Его брови и уголки рта опущены, голова слегка наклонена вниз, — все в совокупности обозначает недовольство и неодобрение.



Рис. 2.7 - Ситуация 2



Рис. 2.8 - Ситуация 3

На рисунке 2.9 человек справа и человек слева образовали закрытую диспозицию, чтобы показать человеку в центре, что о он не принят в их компанию. Человек в середине относится к другим с чувством превосходства и сарказмом, что видно из его жестов — одна рука держится за лацкан пиджака, а палец этой руки отставлен вверх (чувство превосходства), В дополнение к этому высмеивающий жест в сторону человека, стоящего слева, заставил его отреагировать оборонительной позой (скрещенные ноги), а также агрессивным жестом — заложенные руки за спину при одной руке, захватывающей предплечье другой (самообладание); характерен также и взгляд искоса. Человек слева также не в восторге от

поведения человека посередине. Он скрестил ноги (оборонная поза), рука в кармане (нежелание соучаствовать), взгляд в пол и потирание шеи рукой.



Рис. 2.9 - Ситуация 4

На рисунке 2.10 группа людей также находится в напряженной обстановке. Все трое мужчин сидят, откинувшись на спинки своих кресел, чтобы быть подальше друг от друга. Причиной такой напряженной ситуации является человек справа, что видно по комплексу его негативных жестов. Во время разговора он трогает нос рукой (обман), его правая рука лежит поперек тела, образуя частичный барьер (защитная поза). То, что его не интересует мнение других присутствующих, видно по закинутой на подлокотник кресла ноге и по развороту туловища в сторону от собеседников. Человеку слева не нравится то, что говорит человек справа, потому что он обирает несуществующие ворсинки со своей одежды (неодобрение), одна нога его закинута на другую (оборонительная поза) и ноги отвернуты в сторону (отсутствие интереса). Человек в центре хотел бы что-нибудь сказать, но сдерживает свое мнение. Это видно по рукам, стиснутым в кулак, и прижатым друг к другу лодыжкам. Он также бросает невербальный вызов человеку справа, потому что его туловище направлено прямо на него.

На рисунке 2.11 мужчина слева и женщина отзеркалили жесты друг друга и, сидя на кушетке, они напоминают две копии. Эта пара очень заинтересована друг другом. Они поставили руки таким образом, чтобы были видны запястья, а их колени смотрят друг на друга. Человек в центре сидит с натянутой улыбкой, и может показаться, что он заинтересован в том, что говорит другой мужчина, но это не соответствует его другим жестам и выражению лица. Голова наклонена вниз (неодобрение), брови изогнуты (гнев), и он косо смотрит в сторону другого мужчины. Кроме того, его руки и ноги крепко переплетены (оборонная позиция). Все это указывает на то, что человек настроен явно отрицательно.

На рисунке 2.12 все три собеседника стоят со сложенными на груди руками, а двое скрестили и ноги (оборонительная поза). Туловища всех троих не ориентированы навстречу друг другу, — все говорит о том, что они встретились впервые. Человек справа очень заинтересован этой женщиной, что видно из того, как он развернул свою правую ногу носком

в ее сторону и смотрит на нее искоса. Взгляд его сочетается с поднятыми бровями (интерес) и улыбкой, кроме того, корпус его тела слегка наклонен в сторону женщины.

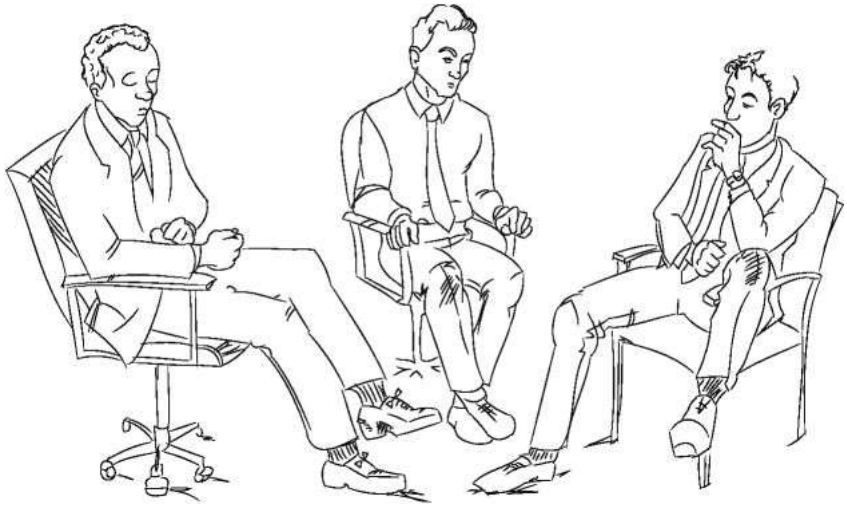


Рис. 2.10 - Ситуация 5

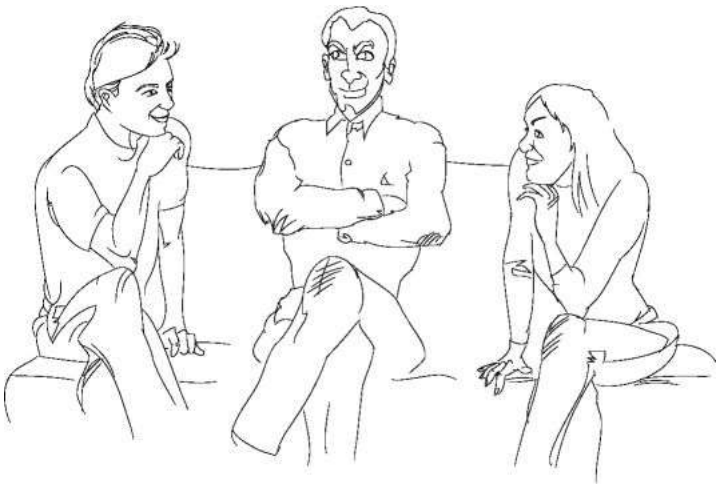


Рис. 2.11- Ситуация 6

На рисунке 2.13 невербальная ситуация изменилась. Женщина распрямила ноги и стоит в нейтральной позиции. Мужчина слева тоже распрямил свои ноги и поставил одну ногу носком в сторону женщины (интерес). Он заложил большие пальцы обеих рук за пояс брюк, если этот жест предназначается мужчине, он трактуется как агрессивный. Если же он предназначается женщине, то становится сексуальным жестом. Он также выпрямился, чтобы казаться выше. Мужчина справа, кажется, смущен поведением первого мужчины, что видно из того, что он сильно выпрямился, бросает косые взгляды на мужчину слева: брови его опущены (неодобрение), а улыбка пропала.

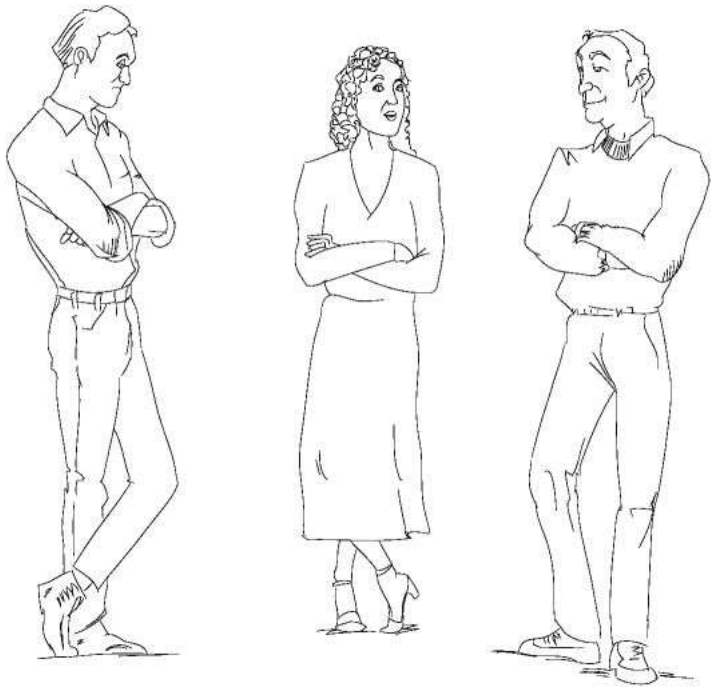


Рис. 2.12 - Ситуация 7

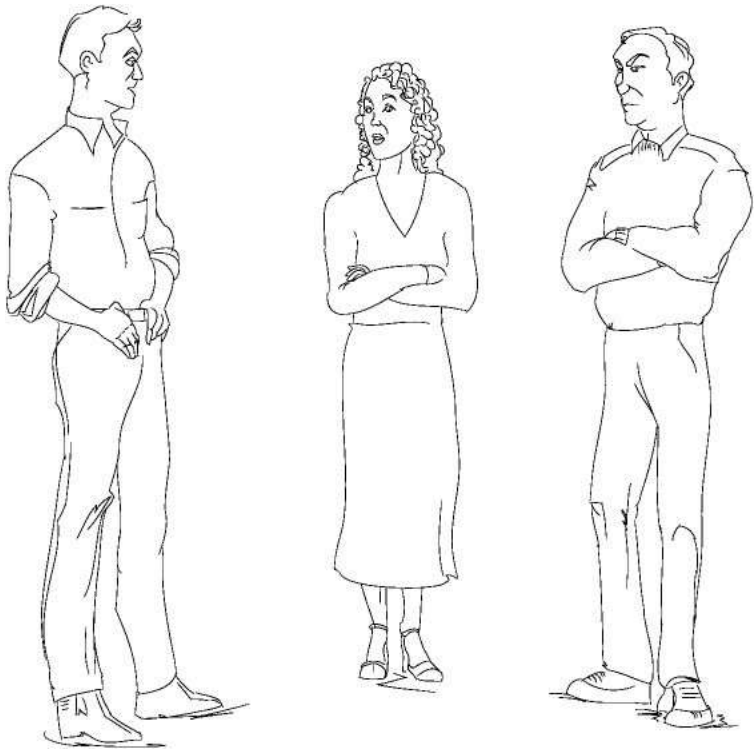


Рис. 2.13 - Ситуация 8

Совершенно четко видно по жестам, как определились отношения и симпатии. Мужчина слева остался в прежней позе с заложенными пальцами за пояс брюк и развернутым в сторону женщины носком. Кроме того, он слегка развернул свое тело навстречу женщине, чтобы получился полный заигрывающий жест. Пальцы рук сильнее сжимают ремень, а тело выпрямилось. Женщи-

на отвечает на эти сигналы ухаживания своими собственными жестами, показывая, что она увлечена «игрой». Она расслабила руки, повернулась лицом к этому мужчине, а одна нога

носком повернута в его сторону. Ее жесты кокетства — прикосновение к волосам, обнаженные запястья и доброжелательное выражение лица. Куря, она выдыхает дым вверх (уверенность). Мужчине справа не нравится то, что его исключили из компании, это видно по его жесту — руки на бедрах (агрессивная готовность).

В заключение скажем, что мужчина слева завоевал внимание женщины, а другому мужчине следует поискать себе партнера где-нибудь в другом месте [9].

Позой называется положение человеческого тела, типичное для данной культуры.

Если человек заинтересован в общении, он будет ориентироваться на собеседника и наклоняться в его сторону, если не очень заинтересован, наоборот, — ориентироваться в сторону и откидываться назад.

Принято выделять два вида поз

Открытые позы воспринимаются как позы доверия, согласия, доброжелательности, психологического комфорта. В положении стоя данная поза предполагает, что у человека будут руки раскрыты ладонями вверх, в положении сидя руки не перекрывают линии контакта, ноги не скрещены.

Закрытые позы воспринимаются как позы недоверия, несогласия, противодействия, критики. Закрытые позы образуются, когда человек как-то пытается закрыть переднюю часть тела и занять как можно меньше места в пространстве.

Значительную информацию о человеке может дать также его походка.

Походка человека — это стиль передвижения, в котором можно прочитать эмоциональное состояние человека.

Самая «тяжелая» походка наблюдается при гневе, самая «легкая» — при радости; самая большая длина шага при гордости; вялая, угнетенная походка — при страдании.

Кроме кинесики, можно выделить ещё как минимум *пять невербальных источников* психологических знаний об индивидуальности человека. Это прежде всего такесика, проксемика, физиогномика, конституционная психология и просодика (включает в себя экстралингвистику и паралингвистику).

Такесика —учение о контактах общающихся людей, осуществляемых с помощью прикосновения.

В разных культурах значительно различается и допустимое количество прикосновений. В Англии собеседники очень редко прикасаются друг к другу. В Кембридже между студентами принято обмениваться рукопожатиями дважды в год — в начале и в конце учебного года. В странах Латинской Америки, напротив, частота прикосновений очень велика.

Из всех видов тактильных контактов (объятия, поцелуи, простое прикосновение руки, прикосновение щекой к щеке и др.) наиболее распространено рукопожатие. Оно является непременным атрибутом любой встречи и прощания. Рукопожатие может быть очень информативным (особенно важно обращать внимание на его интенсивность и продолжительность).

Проксемика—учение о дистанциях, которые соблюдают люди.

Американский антрополог Эдуард Т. Холл был одним из родоначальников в области изучения пространственных потребностей человека, и в начале шестидесятых годов он ввел термин «проксими- ка» (от слова *proximity* — близость). Его исследования в этой области привели к новому пониманию наших взаимоотношений с другими человеческими существами.

Под территорией понимается пространство, которое человек считает своим, как будто это пространство является продолжением его физического тела. Каждый человек имеет свою собственную личную территорию, которая включает пространство, окружающее его собственность, например его дом, окруженный забором, машину во дворе, его собственную спальню, его личный стул, и, как обнаружил доктор Холл, он имеет также четко обозначенное воздушное пространство вокруг своего тела.

Размеры личной пространственной территории человека средне обеспеченного социального уровня в принципе одинаковы независимо от того, проживает ли он в Северной Америке, Англии или Австралии.

Ее можно разделить на четыре четкие пространственные зоны.

1. *Интимная зона* (от 15 до 46 см). Из всех зон эта самая главная, поскольку именно эту зону человек охраняет так, как будто бы это его собственность. Разрешается проникнуть в эту зону только тем лицам, кто находится в тесном эмоциональном контакте с ним. Это дети, родители, супруги, любовники, близкие друзья и родственники. В этой зоне имеется еще подзона радиусом в 15 см, в которую можно проникнуть только посредством физического контакта. Это сверхинтимная зона.
2. *Личная зона* (от 46 см до 1.2 м). Это расстояние, которое обычно разделяет нас, когда мы находимся на коктейль-вечеринках, официальных приемах, официальных вечерах и дружеских вечеринках.
3. *Социальная зона* (от 1.2 до 3.6 м). На таком расстоянии мы держимся от посторонних людей, например водопроводчика или плотника, пришедших заняться ремонтом в нашем доме, почтальона, нового служащего на работе, и от людей, которых не очень хорошо знаем.
4. *Общественная зона* (более 3.6 м). Когда мы адресуемся к большой группе людей, то удобнее всего стоять именно на этом расстоянии от аудитории.

Практическое использование зонального пространства

Обычно наша интимная зона нарушается тем или иным человеком по двум причинам. Первая, когда «нарушитель» является нашим близким родственником или другом, или же человеком, имеющим сексуальные намерения. Вторая, когда «нарушитель» проявляет враждебные тенденции и склонен атаковать нас. Если мы можем терпеть вторжение посторонних людей в наши личные и социальные зоны, то вторжение постороннего человека в интимную зону вызывает внутри нашего организма различные физиологические реакции и изменения. Сердце начинает биться быстрее, происходит выброс адреналина в кровь, и она приливает к мозгу и мышцам как сигнал физической готовности нашего организма к бою, т. е. состояние боевой готовности.

Это означает, что если вы дружелюбно прикоснетесь к руке или обнимите человека, с которым вы только что познакомились, то это может вызвать у него отрицательную реакцию по отношению к вам, даже если он или она будет вам улыбаться и, чтобы вас не обидеть, делать вид, что это ему (ей) нравится. Если вы хотите, чтобы люди чувствовали себя в вашем обществе уютно, соблюдайте золотое правило: «Держи дистанцию». Чем интимнее наши отношения с другими людьми, тем ближе разрешается нам проникать в их зоны. Например, только что принятый на работу служащий первое время может подумать, что коллектив относится к нему очень прохладно, но они просто держат его на дистанции социальной зоны, потому что мало его знают. Как только сослуживцы узнают его лучше, территориальное расстояние между ними сокращается, и в конце концов ему позволяют передвигаться в пределах личной зоны, а в некоторых случаях проникать и в интимную зону

Физиогномика—учение о связи между чертами лица и характе- V *рологическими особенностями человека.*

Ряд психологов утверждают, что особенности лица (физиогномические данные) могут многое сказать о человеке.

К примеру, американские психологи (Дж. Глайв и Э. Клери) после пятилетнего изучения черт характера десятка тысяч досье доказали:

- темноглазые дети более жизнеспособны и инициативны;
- темно-голубые глаза у взрослых — признак настойчивости и склонности к сентиментальности; к тому же эти люди капризны;
- люди с темно-серыми глазами упрямы и смелы, вспыльчивы и злопамятны, ревнивы, но однолюбы;
- кареглазые — веселы, остроумны, вспыльчивы, влюбчивы, но не постоянны во всем;
- светло-карие глаза указывают на застенчивость, склонность к уединению;
- синеглазые — романтики, правдивы, но амбициозны и эгоистичны;
- зеленые и серо-зеленые глаза — люди с сильной волей, постоянны, целеустремленны, но жестоки и несговорчивы.

Конституционная психология

Основоположниками конституционной психологии являются Эрнст Кречмер и Уильям Шелдон, которые утверждали, что характер человека можно понять на основе изучения особенностей строения человеческого тела.

По данным конституционной психологии:

- хрупкое телосложение, высокий рост, плоская грудная клетка, узкие плечи, длинные и худые ноги (*лепгпосоматш)* — всё это указывает на склонность к колебаниям эмоций, упрямство, неподатливость, замкнутость, трудность в приспособлении к окружающим (*шизотимии);*
- ярко выраженная жировая ткань, тучная конституция, средний или маленький рост, большой живот, круглая голова на короткой шее (*пикник)* — данные признаки указывают на перепады эмоций между радостью и печалью, легкость в контактах с людьми, реалистичность во взглядах (*циклотимик);*
- развитая мускулатура, крепкое телосложение, высокий или средний рост, широкие плечи, узкие бедра (*атлетик)* — всё это свидетельствует о спокойствии, маловпечатлительности, сдержанности жестов и мимики, невысокой гибкости мышления, часто — мелочности (*иксотимик).*

Просодика (экстралингвистика и паралингвистика)

Просодика (просодия (от греч. prosodia— ударение, припев)) —система фонетических средств (высотных, силовых, временных), реализующихся в процессе речи на всех уровнях речевых сегментов (слог, слово, словосочетание, синтагма, фраза, сверхфразовое единство, текст) и играющих смыслоразличительную роль.

Паралингвистические и экстралингвистические данные (интонация, громкость, скорость, темп и тембр речи, смех, плач и др.) являются важной основой психодиагностики внутреннего состояния другого человека.

Понять внутреннее состояние собеседника поможет:

1. *Интонация* — важнейший источник первичной информации о человеке.

Интонация — это тон, манера вашей речи, которые выражают ваши чувства и отношение к человеку, с которым вы говорите или к предмету, о котором вы говорите

Подделать интонацию — задача, с которой могут справиться лишь актеры. Судя по интонации человека, можно определить, что он собой представляет: скромен или спесив, способен ли сострадать или безжалостен, чуткий или черствый, участливый или равнодушный. Интонации от волнения чаще становятся более монотонными, что делает речь невыразительной. Это происходит по двум причинам: от чрезмерного напряжения мышц грудной клетки и от неуверенности в том, что партнер (или группа партнеров) положительно отреагирует на оратора и его информацию. В первом случае напряжение можно снять глубоким равномерным дыханием.

Вторая же причина нейтрализуется тщательным продумыванием сути проблемы, ее практической значимости и весомости собственных аргументов. Потренируйтесь заранее, как вы зададите вопрос, как прозвучит ваше восклицание или утверждение. Если вы готовитесь к публичному выступлению, можно записать фрагменты речи на магнитофон и отработать эти интонации.

2. *Громкость речи* — признак жизненной энергии и уверенности в себе. Если громкость речи собеседника постоянно изменяется, то он либо волнуется, либо эмоционален и склонен к сопереживанию. Если колеблющийся голос сам по себе тихий, то это может быть сигналом отсутствия стойкости и духа победителя, признаком безволия и неумения доводить начатое до конца.

Если предстоит проведение презентации, то до ее начала необходимо выяснить, насколько громко звучит голос, можно попросить кого-либо послушать вашу речь, находясь в дальней части помещения. При подготовке к публичному выступлению можно воспользоваться следующим советом. Если голос слишком тихий, то полезно попробовать говорить в помещении более просторном, чем тот зал, где предстоит выступать. Наиболее точно отработать громкость собственной речи можно, попросив одного человека послушать, сидя на первом ряду, а другого — на последнем.

3. *Скорость речи* — показатель темперамента человека.

Если собеседник говорит быстро и напористо, то значит он из тех, кто сначала делает, а потом думает. Если говорит медленно, значит он тщательно анализирует ситуацию, обдумывает каждый свой шаг. Оживленная и равномерная речь характеризует уверенного в себе человека.

4. *Высота голоса* — важнейший показатель внутреннего состояния собеседника. Высокий пронзительный голос может указывать на волнение или страх. Низкий голос свидетельствует о спокойствии и сознании собственного достоинства.

5. *Окраска голоса* играет существенную роль в диагностике внутреннего состояния. Металлическое звучание голоса говорит об энергичности и твердости характера. Масленый голос происходит от наигранного дружелюбия. Певучая речь с подчеркиванием гласных означает чувственность. Речь с подчеркиваемыми согласными — показатель преобладания разума и воли.

6. *Дыхание.* Резкий короткий вдох — знак негодующего изумления. Резкие вдохи и энергичные выдохи — свидетельство нетерпеливости. Короткий выдох или обрывок смеха — показатель презрения. Шумное и прерывистое дыхание говорит о крайней степени волнения. Шумное и сопящее дыхание указывает на человека тяжелого нрава.

7. *Темп речи* считается нормальным, если он составляет около 125 слов в минуту. От волнения скорость речи увеличивается. Но если при этом у человека хорошая артикуляция, то незначительное ускорение не помешает восприятию. Однако надо помнить, что есть немало людей, которых раздражает слишком быстрая речь. Чтобы избежать подобной проблемы,

можно преднамеренно замедлять свою речь, делая паузы между фразами и словами. Особенно важно соблюдать это правило, если вы выступаете перед аудиторией и пользуетесь микрофоном: рекомендуем замедлить речь в 2-3 раза (в зависимости от индивидуальных особенностей речи).

8. *Ритм речи* зависит от распределения пауз. Если контраст между скоростью произнесения слова и длительностью паузы между словами слишком велик, то речь быстро утомляет слушателя и ухудшает общее впечатление. То же касается и соотношения длительности пауз между словами и между фразами. Слишком неритмичная речь звучит неубедительно.

9. *Дикция* тесно связана с артикуляцией. Специалисты в области коммуникаций выделяют пять типов артикуляции:

- подчеркнуто ясную;
- умеренно ясную;
- умеренно неясную;
- неясную;
- подчеркнуто неясную.

В первом случае оратор слишком тщательно выговаривает звуки, что бывает при демонстративном характере или стремлении подчеркнуть свое превосходство перед аудиторией.

Артикуляция второго типа — наилучший вариант для любого общения, так как все звуки выговариваются достаточно четко, слова отделяются одно от другого паузами, от чего речь легко воспринимается слушателями.

Умеренно неясная артикуляция допустима в неофициальной обстановке, когда слушателей немного и они находятся в личных отношениях с говорящим. Эмоциональный контакт позволяет скомпенсировать некоторую нечеткость речи и не влияет на восприятие ее содержания.

Неясная артикуляция заключается в «проглатывании» окончаний слов или отдельных звуков в словах, в небрежном произнесении отдельных звуков в сочетании с неритмичной речью.

Стоит отметить, что некоторые незначительные дефекты дикции далеко не всегда воспринимаются, как неясная речь. Если звуки не слишком сильно искажены, то они просто придают речи своеобразие, не портя впечатления.

Подчеркнуто неясная артикуляция бывает у неуверенных в себе людей, которые стараются повысить свою значимость в глазах слушателей или неуважительно относятся к аудитории. Создавая дополнительные затруднения в восприятии, такой оратор стремится поставить слушателей в зависимость от себя. Такие приемы абсолютно недопустимы [6].

Естественно, познание другого человека не ограничивается только вышеописанными источниками. О человеке дает информацию буквально каждая деталь, с ним связанная. Информативны в психологическом плане и такие факторы, как возраст человека, фамилия, имя, отчество, дата его рождения, особенности одежды, аксессуары, манера улыбаться и смеяться, особенности речи и т. д. Особенного внимания заслуживают нюансы в изменении поведения по сравнению с общим контекстом взаимодействия с человеком.

1. Учебная дисциплина ДЕЛОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 2. КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРИЕМЫ И ТЕХНИКИ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ
Тема 2.1. Приемы активного слушания и конструктивного спора в переговорах
3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, работой с целевой аудиторией и формально-содержательные характеристики.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	*Аргументация как коммуникативная техника. Понятие и характеристики аргументации. Использование сильных аргументов*	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. РАЗДЕЛ 2. КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРИЕМЫ И ТЕХНИКИ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ
Тема 2.1. Приемы активного слушания и конструктивного спора в переговорах
Текст лекции

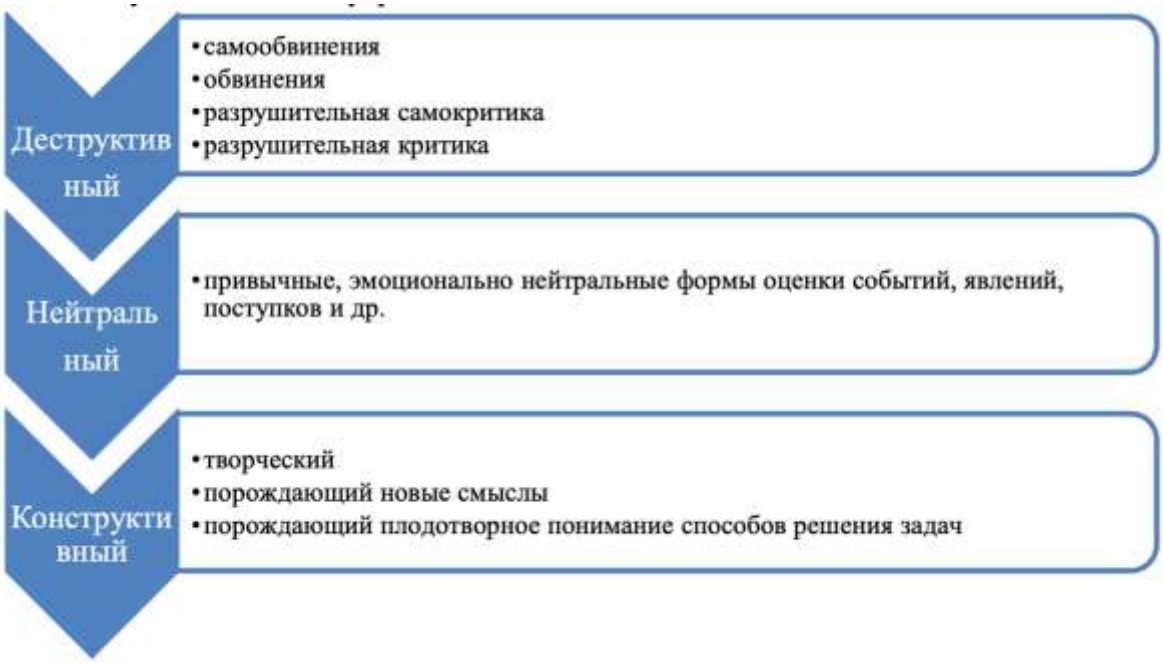
Техники и приемы конструктивного общения

Общаясь с кем-либо, мы можем переживать отрицательные или положительные эмоции. От чего зависит эмоциональная окраска общения? Общение приятно нам, если мы чувствуем себя принятыми собеседником, ощущаем, что наше мнение значимо, а также реализуются многие другие важные потребности: быть выслушанным, узнать что-то новое, вместе участвовать в выполнении интересной задачи, проявить симпатию и любовь. И наконец, общение, коммуникации – один из важнейших аспектов жизни как отдельного человека, так и общества в целом, поэтому так важно быть успешными в этой сфере жизни.

Философия конструктивного общения

С позиции научной психологии, общение является конструктивным, если его участники достигают своих целей, а сам процесс коммуникации сопровождается переживанием положительных эмоций. Преобладает установка на сотрудничество, доверительное общение, принятие другого человека, уважительное отношение к нему, искренность. Конструктивное общение в случае появления разногласий предполагает их успешное разрешение, не допускается переход на личности.

Способность к конструктивному общению – результат психологического здоровья (проявляющегося в доминирующем состоянии спокойствия, радости и уверенности) и высокого уровня психологической культуры: эффективности и гуманности взаимодействия с окружающими. Формы реагирования на поведение других людей, кризисные ситуации и конфликты основаны на специфике самовосприятия, восприятия им окружающего мира и людей. В свою очередь, в основе отношения к себе и мировоззрения – особенности процесса аутокоммуникации, то есть внутреннего диалога как формы «общения» с самим собой. Самим человеком внутренний диалог осознается как поток мыслей. Исследователи выделяют следующие типы внутреннего диалога:



Деструктивный внутренний диалог ухудшает качество жизни человека – его самоотношение и взаимодействие с окружающими людьми. Нейтральный не помогает решить возникающие проблемы и задачи. Конструктивный улучшает качество общения и способствует разрешению проблем.

Ключевые характеристики конструктивного внутреннего диалога



Самоопределение человека и его способность меняться начинаются именно с рефлексии собственных жизненных принципов и ценностей. Результатами самоосознания может быть принятие или отвержение части собственных убеждений, если осознана их деструктивность. Оценка собственных убеждений проводится с позиций понимания своей жизненной миссии: призвания, понимания того, какая деятельность приносит радость мне и востребована другими людьми; экологичных значимых целей, намерений, устремлений человека. Часть убеждений может быть не вполне осознана в том случае, если человек не направляет на них своего внимания.

Техники и приемы конструктивного общения, которые изучаются на тренингах, излагаются в учебниках, предполагают наличие внутренней основы: форм аутокоммуникации и положительных установок.

Техники конструктивного общения

Оптимальное внутреннее состояние – это основа, которая позволяет интуитивно находить варианты конструктивного влияния на других. Тем не менее, важно также знание правил и техник конструктивного общения и освоение их в процессе социализации. Одной из ключевых целей общения является влияние. Если общение конструктивно, то и влияние происходит в конструктивной форме.



Неконструктивное влияние, даже если в краткосрочной перспективе повышает эффективность работы, неминуемо в дальнейшем разрушает деловые отношения, деформирует структуру личности общающихся. Переходной ступенью между конструктивным и неконструктивным влиянием является *манипуляция* (Е. В. Сидоренко). Она нацелена на то, чтобы незаметно для человека заставить его чувствовать, думать и действовать так, как это выгодно манипулятору. Манипуляция внешне может казаться конструктивным методом, но, по сути, – это принуждение.

Конструктивное влияние предполагает, прежде всего, конструктивные цели, учитывающие интересы всех участников процесса общения; а также оно способствует сохранению и развитию деловых и межличностных отношений, позитивного эмоционального настроя в процессе общения.

Если рассмотреть психологическую структуру неконструктивного влияния, то окажется, что оно монологично. Монологическое общение означает невнимание к точке зрения, мнению собеседника. В то время как в основе конструктивного влияния – диалог. Диалогическое общение предполагает способность опираться на факты, объективно оценивать ситуацию, учитывая интересы всех сторон. В диалоге психологические позиции собеседников равноценны, и каждое следующее высказывание строится с учетом предыдущего.

Приемы конструктивного общения

Активное слушание:

Пересказ – дословное повторение ключевых слов собеседника. Например: «Ты говоришь...», «Как я понимаю...», «Другими словами, ты считаешь...». Сложность формирования навыка

пересказа заключается в том, что при этом необходимо сосредоточиться на чужих мыслях, отключившись от своих. Слова других часто вызывают в нас собственные воспоминания, ассоциации. Умение распределять внимание, одновременно удерживая внутренний строй своих размышлений и ход рассуждений другого человека, это признак сформированного навыка активного слушания. Перефразирование позволяет лучше запомнить и осмыслить услышанную информацию. Кроме того, выслушав повторение собственных слов, ваш собеседник сможет лучше понять суть сказанного им самим. В ситуациях сложных переговоров это играет очень важную роль.

Уточнение (прояснение) относится к непосредственному содержанию того, что говорит другой человек. Уточнение может быть направленным на конкретизацию и выяснение чего-либо («Ты сказал, что это происходит давно. Как давно это происходит?»). Уточнение также может относиться ко всему высказыванию другого человека («Объясни, пожалуйста, что это значит?», «Повтори, пожалуйста, еще раз», «Может быть, расскажешь про это поподробнее?»). Уточнение следует отличать от выспрашивания («А зачем ты это сказал?», «Почему ты его обидел?»). На этапе слушания, выспрашивание может разрушить желание говорящего сообщить что-либо еще.

Отражение чувств – проговаривание чувств, которые испытывает другой человек («Мне кажется, ты испуган», «Вероятно, ты чувствуешь себя расстроенным»). На вопрос: «Ты обижен?» – вы, скорее всего, услышите твердое «Нет!». Отрицательные переживания человек привык оставлять при себе. Нет необходимости объяснять собеседнику причину возникновения у него чувства, потому что это будут всего лишь ваши интерпретации. Цель отражения переживаний собеседника, стоящих за высказыванием, – продемонстрировать, что его чувства не только правильно поняты, но и приняты вами.

Необходимо уметь держать паузу, не забивая ее своими соображениями, разъяснениями, уточнениями. Пауза помогает другому разобраться в своем переживании, а вам прояснить ситуацию. Например, вам задают сложный вопрос, вы его повторяете, делаете паузу, и она начинает работать: слово возвращено партнеру по общению, теперь ему нужно давать дополнительную информацию.

Подтекст – проговаривание того, о чем хотел бы сказать собеседник, дальнейшее развитие его мысли, его идеи. Можно попытаться вывести логическое следствие из высказывания партнера: «Если исходить из того, что вы сказали, то получается, что...», «Вы так считаете, видимо, потому, что...».

Резюмирование. Оно используется в продолжительных беседах или переговорах («Итак, мы договорились с тобой, что...», «Твоими основными идеями являются...»). Подведение итогов требует от слушающего внимания и умения кратко излагать свои и чужие мысли

Навыки описательного поведения
Предполагают объективное изложение ситуации, за которым следует описание ее последствий, выражение пожелания, рекомендация что-либо изменить или одобрение. Важно умение описывать ситуацию безоценочно, чтобы изложение ее последствий, предложение, просьба были обоснованы с точки зрения собеседника. Например: «Мы не закончили отчет, который нужно было сдать сегодня, поэтому нам так важно поработать сверхурочно»

Конструктивная критика

Критика имеет смысл в том случае, если отношение к человеку, которому она высказывается, позитивное, есть вера в силы и способности критикуемого улучшить ситуацию или качество, которые стали объектом критики. Целью здесь является помочь улучшить ситуацию, решить вопрос. Конструктивная критика не вызывает чувства обиды или агрессии у собеседника. Она предполагает психологическое равенство общающихся, отсутствие чувства превосходства и желания самоутвердиться у автора критики, поэтому она максимально конкретна; относится к поведению человека, а не его личности; сообщается лично объекту критики, один на один. Если эти правила не соблюдаются, критика становится неконструктивной, и тогда она может выражаться в следующих формах: риторические вопросы, приказы и запреты, брань и сквернословие, выговоры и упреки, ирония и сарказм, порицание, приписывание другим мнимых черт.

Алгоритм конструктивной критики:

1) описание того, что сделано человеком хорошо, положительная оценка этого действия;
2) безоценочное описание того, что необходимо изменить, с аргументацией причин необходимости изменений;
3) конструктивное предложение: как и какие изменения лучше внести?

Конструктивное предложение обладает следующими свойствами: направлено на будущее, формулируется позитивно, осуществимо силами критикуемого, поддерживает его чувство собственного достоинства. Важно отметить, что конструктивная критика сообщается лично объекту критики. Оптимально высказывать ее, без зрителей.

Пример конструктивной критики: «Ваш доклад на предыдущем собрании был очень важен для оценки результатов нашей работы. А в сегодняшней презентации не все факты были отражены, в частности… (назвать). Опишите их, пожалуйста, в Вашем докладе на следующем собрании».

Комплимент как способ выразить одобрение

В процессе общения очень важно выражать одобрение, положительную оценку качеств или поступков человека, если Вы действительно обратили на них внимание. Для этого можно применить комплимент. Самое важное правило комплимента, которое отличает его от лести, – искренность. Поэтому важно, чтобы комплимент был основан на описании фактов, вызвавших желание его высказать. Если говорить о деловых отношениях, то комплимент акцентирует личные качества и достижения человека, а не его внешность. А также значимо, чтобы он соответствовал контексту разговора, обстановке и отношениям. Пример делового комплимента: «Выполненный Вами перевод позволил нам объективно рассмотреть изучаемую тему»

Итак, для того, чтобы общаться конструктивно, необходимо постоянно поддерживать позитивные и экологичные форму и содержание аутокоммуникаций, установки по отношению к другим людям – и конечно, знать и применять основные приемы конструктивного влияния.

1. Учебная дисциплина ДЕЛОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 2. КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРИЕМЫ И ТЕХНИКИ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ
Тема 2.2. Техники манипулирования в переговорном процессе
3. Цели занятия

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний коммуникационных эффектов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	*Манипулирование как коммуникативная техника. Понятие и характеристики манипулирования*	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. РАЗДЕЛ 2. КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРИЕМЫ И ТЕХНИКИ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ
Тема 2.2. Техники манипулирования в переговорном процессе
Текст лекции

Манипуляция в переговорах — это скрытое психологическое воздействие на оппонента, с целью добиться от него выгодного решения или поведения, противоречащего его интересам.

Задача манипуляции — привести вас в режим стереотипного мышления. Чтобы вы действовали на автопилоте, не осознавая и не обдумывая ваших действий. Не зная приёмов манипуляции, вероятнее всего вы даже не поймёте, что происходит. Хороший манипулятор может заставить вас чувствовать себя особенным, умным и ценным. Или наоборот, жалким, слабым, не компетентным. Ему наплевать на вас. Его основная задача, добиться нужного решения. И не важно, что оно противоречит вашим интересам, что для этого нужно изменить ваше восприятие ситуации или изменить эмоциональный настрой.

1. Эмоциональное подавление

Данный тип манипуляций направлен на подавление эмоционального состояния оппонента через вызов таких эмоций, как неуверенность, тревога, страх, чувство вины, стыда, растерянности. При использовании другой стороной «Эмоционального подавления» вы чувствуете давление со стороны оппонента, возникает ощущение, что вы не контролируете ситуацию, что вы лично, ваш продукт, ваша компания ничего из себя не представляют и не интересны оппоненту.

Жёсткие переговорщики могут начинать переговоры с ледяного молчания или наоборот, с эмоционального всплеска, чтобы прощупать оппонента. Если вы не сможете противостоять его напору и уловкам в начале переговоров, с вами ни кто не станет договариваться, вам просто будут диктовать условия.

2. Манипуляция доверием

При использовании в переговорах приёмов «Манипуляции доверием» возникают

сильные эмоции, такие как доброта, порядочность, честность, справедливость, великодушие, человечность, а так же чувство жалости, вины и стыда (у вас все хорошо, а у нас нет, как вам не стыдно). И именно эти эмоции заставляют вас совершить действие, в котором заинтересованна другая сторона.

В простых переговорах, «Манипуляция доверием», часто основывается на правиле «Взаимного обмена». Другая сторона может использовать небольшие подарки или комплименты, чтобы вызвать у вас чувство обязательства. В деловых переговорах, оппонент старается показаться максимально открытым, говорит о долгосрочном сотрудничестве. Так же другая сторона может не озвучивать условия предложения прямо, а как бы подразумевать их. Например, вам могут сказать, что в случае заключения сделки, вы получите очень хорошие комиссионные. Чувство доверия, возникшее в результате манипуляции может помешать вам уточнить размер комиссионных. При этом вы ожидаете, что хорошие комиссионные, это 50%, а оппонент собирается вам предложить 5%, но это вскроется уже после заключения соглашения.

3. Манипуляция обстоятельствами

Данный тип манипуляции основан на использовании обстоятельств, которые ослабляют вашу позицию или которые вы не можете проверить. Например вам могут сообщить, что время на принятие решения крайне ограничено и вам нужно принять решение прямо сейчас. Или, что конкуренты уже предложили более выгодные условия, а вас слушают только потому, что ожидают ещё более выгодных условий. Или, что условие, которое выдвигает ваш оппонент является принципиальным для другой стороны, если вы не примете это условие, переговоры окончены.

4. Манипулятивная подача информации

К этой категории относятся манипуляции, основанные на подаче искажённой, не структурированной или избыточной информации. Например, оппонент может забрасывать вас цифрами, ссылаться на документы, о которых вы не были предупреждены заранее, переводить рубли в проценты и обратно, считать оплату не за весь период контракта, а за день использования или навязывать вам обсуждение только удобных ему тем

Манипуляции давления

Манипуляции давления образуют обширную группу, которая включает как манипуляции, где используются достаточно прямолинейные способы давления, так и те, где давление на собеседника оказывается более косвенным образом. Речь идет о попытках одной из сторон представить себя влиятельнее, значимее партнера и вести переговоры с позиции «сверху», в каких-то случаях даже прибегая к повелительному тону или угрозам. К давлению отнесено создание условий переговоров, дискомфортных для собеседника, попытки ограничить или затянуть время, отведенное на принятие решения, и другие приемы. В целом манипулятор прежде всего стремится повлиять на эмоционально-психологическое состояние партнера, ослабив его уверенность в себе или «волю к победе».

Пример:

Экстрасенс

Суть манипуляции заключается в том, что партнер маскирует собственные предложения под ваши мысли. Навязывая вам обсуждение этих якобы ваших идей, он старается уйти от

проблемы, о которой вы на самом деле хотели поговорить. Иногда эта манипуляция состоит в огрублении мысли, которая у вас на самом деле есть. Это делают для того, чтобы поставить вас в неловкое положение, так как в навязанной вам формулировке ваша мысль приобретает неконструктивный (неприличный, наивный или другой подобный) вид.

Пример: «Вы сейчас, наверняка, думаете, что стоит вам, как следует надавить, запугать нас, решительно отказаться от закупок, и мы вынуждены будем пойти на резкое снижение цены».

Противодействие
При первом мягком варианте сразу же дистанцируйтесь от навязываемых вам якобы ваших мыслей. При более жестком варианте манипуляции (огрубление) разделите ваши мысли и их интерпретацию.

Пример: «Да, мы действительно должны обсудить вопрос о цене, но давить на вас и уж тем более запугивать, не собирались и не собираемся – это противоречит нашим принципам ведения переговоров. Итак, насколько вы готовы снизить цены?»

Дипломатические манипуляции

Во вторую группу собраны манипуляции, предполагающие более мягкое и скрытное воздействие на партнера. Манипулятор сначала налаживает отношения, «присоединяется» к собеседнику с помощью похвалы, подарков, лести, демонстрации почтения, уважения, дружбы и уже затем на этом фоне выкладывает свои карты. Здесь он занимает позицию либо равного партнера, пытаясь влиять как бы «сбоку», либо лица менее компетентного, менее важного, стараясь влиять как бы «снизу». Мы называем эти манипуляции дипломатическими, т.е. осторожными, ловкими, хитрыми, направленными на сохранение хороших отношений и, вместе с тем продвижение собственных интересов.

Пример:

Ворона и лисица
Тщеславие — мощный рычаг воздействия на людей. Чтобы склонить вас принять его предложения и ослабить возможную критику, партнер может сыграть на ваших амбициозности и тщеславии. Он обрамляет свои предложения комплиментами в ваш адрес или даже увязывает содержание комплиментов с особенностями сделанного предложения. В этом случае ваше согласие может восприниматься как подтверждение тех достоинств, которыми партнер вас наделил. Таким образом, расхваливая ваши способности и качества, собеседник как бы ставит вас перед выбором — принять его похвалы вместе с его же предложениями или отказаться от того и другого Пример: «Вы умный и проницательный человек, с вами не легко, но приятно работать. К каждой нашей встрече я тщательно готовлюсь, выверяя свое предложение с учетом всех ваших пожеланий. Это мое предложение также основано на вашем умении тонко предвидеть развитие рынка».

Противодействие
Всем приятно слышать похвалы в свой адрес. Следует, однако, помнить, что практические шаги в обмен на пусть даже очень приятные слова — слишком неравнозначный обмен.

Если к вам обращаются даже с очень грубой лестью — не противоречьте партнеру. Делайте вид, что приняли высказывание за чистую монету. Если вам тонко льстят, поблагодарите, скажите, что вам приятна такая оценка. Помните, что лесть от комплимента отличается наличием или отсутствием фактов. Комплимент — позитивная оценка реального факта, а лесть выдает желаемое за действительное. Не стоит уличать собеседника. Сделайте вид, что попались на удочку, но старайтесь трезво рассматривать предложения исходя из их выгодности для вашего бизнеса.

Пример: «Спасибо, и мне очень приятно работать с вами. Уверен, что мы придем к оптимальному соглашению, обсудив ряд деталей».

Логические манипуляции

Данная группа манипуляций объединяет приемы, в которых манипулятор пытается воздействовать не на эмоции собеседника, а прежде всего на его мышление, запутывая его. Он выстраивает неправильную, «кривую» логику происходящего, перемещает акценты на несущественное, предлагает на рассмотрение не все факты или перегружает свои сообщения информацией.

Пример:

Осколки
Для принятия взвешенного и разумного решения необходима полная информация, обладание которой дает существенное преимущество на переговорах. Манипулятор может скрыть часть сведений, причем именно часть, способную помешать принятию решения, отвечающего его интересам. В других случаях недоступная для вас часть информации может быть неожиданно обнародована или использована партнером во время переговоров.

Пример: «Работая с нашей компанией, вы будете иметь дело с высокопрофессиональными сотрудниками. Именно этим обусловлено высокое качество наших услуг и конкурентоспособность нашего предложения, несмотря на его высокую стоимость. А если вы хотите снизить цену, то мы можем предложить вам молодого специалиста, они дешевле».

Противодействие
Чтобы не оказаться в ситуации дефицита информации, старайтесь, собирая ее, использовать несколько источников. Проверяйте надежность этих источников и достоверность предоставляемых ими сведений. Необходимо также представлять себе, в какой степени информированы ваши партнеры. Если вы чувствуете, что информации недостаточно, или если во время переговоров вы получили новую информацию, берите тайм-аут и в спокойной обстановке анализируйте ситуацию с учетом новых сведений.

Пример: «Если я правильно понимаю, вы готовы пойти на уступки по цене за счет передачи наших задач не высококвалифицированным сотрудникам, а «молодому специалисту». Интересное предложение, мне нужна дополнительная информация о степени квалифицированности вашего «молодого специалиста». Возможно соотношение цена — качество и устроит нас. Вы не будете возражать, если мы организуем собеседование вашего молодого сотрудника с нашим экспертом?».

Манипуляции с привлечением третьей стороны

В четвертую группу объединены манипуляции с использованием дополнительного игрока: манипулятор подключает к переговорам третьих лиц или ссылается на них в процессе обсуждения. Это могут быть как реальные люди, так и вымышленные, или лица, на самом деле не способные оказать влияние на результат переговоров. Роль третьей стороны могут также играть правила или нормы, на которые ссылается манипулятор. Особенность этих манипуляций состоит в том, что привлечение третьей стороны часто оказывается дополнительным средством, помогающим усилить воздействие, используемое и в других манипуляциях.

Пример:

Трюк "злой—добрый"
В деловой практике иногда предпринимаются попытки "сыграть на контрасте": кто-то из собеседников предлагает более выгодные условия, чем за пять минут до этого его коллега. Ситуация напоминает детективы — один следователь, "злой", угрожает карами, применяет устрашение; другой, "добрый", просит извинения, угощает подозреваемого сигаретами и кофе, готов избавить от грубости первого, но только в обмен на сотрудничество.

Подобную "мизансцену" могут разыграть и ваши партнеры. При этом мелкая уступка "хорошего" на фоне жесткости "плохого" будет выглядеть, как крупное одолжение, хотя на самом деле это может быть далеко не так.

Пример: ««Злой»: — Вы должны согласиться на наши условия и цены, максимальные скидки уже заложены в нашем предложении.

«Добрый»: — Тем не менее, мы ведем переговоры, значит, согласны обсудить выдвигаемые требования».

Противодействие
Главное — раскрыть для себя уловку другой стороны, тем самым вы уже нейтрализуете ее. Преодолейте искушение быть дипломатичным и не в меру покладистым. Ориентируйтесь на объективные критерии. Когда "хороший" делает свое предложение, спросите его о том же, о чем и "плохого".

Пример: "Я ценю ваше стремление быть разумным, но все же хотел бы знать, как вы рассчитывали цену. Что лежит в ее основе? Я могу заплатить и больше, если этот расчет обоснован".

Иногда "плохой" может находиться где-то за сценой или вообще оказаться фикцией. Если, например, сидящий перед вами собеседник ссылается на "главного", попытайтесь добиться встречи непосредственно с ним.

Пример: «Вы говорите, что вы не вправе изменять предлагаемые условия, это может сделать только ваш начальник? Скажите, каким образом я могу переговорить с ним?»

Конечно, все мы понимаем, что избежать манипуляций, равно как и не пользоваться ими, невозможно. Каждый из нас пытается влиять на ситуацию в свою пользу – это естественное

желание психически здорового человека, преследующего в своем поведении определенные цели. Главное не стать заложником манипулятора, а для этого — вовремя заметить воздействие и сохранить трезвую, взвешенную оценку происходящего. Не менее важно и умение эффективно, а значит – конструктивно, реагировать в подобных случаях.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина ДЕЛОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ
2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. ПЕРЕГОВОРЫ КАК ВИД ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Тема 1.1. Понятие и функции переговоров. Типы и виды переговоров

Тема 1.2. Стратегия и тактика ведения переговоров. Организация и проведение переговоров

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний этапов проектирования коммуникативных компаний.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие и классификация стратегических корпоративных коммуникаций	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Понятие, значение и виды корпоративных мероприятий	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

Что такое коммуникация?

2. Назовите основные цели коммуникаций.
3. Перечислите структурные компоненты общения.
4. Назовите функции и виды деловой коммуникации.
5. Охарактеризуйте основные элементы коммуникационного процесса.
6. Перечислите этапы коммуникативного контакта.
7. Приведите пример коммуникационного процесса.
8. Какую роль играет информация в коммуникационном процесс.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Тема практического занятия: Переговоры как вид деловой коммуникации

Форма практического задания: реферат, дискуссии по темам рефератов; анализ конкретных ситуаций, работа в малых группах

Темы рефератов:

1. Технологии манипулирования в переговорах.
2. Технологии фасилитации и медиации в переговорах.
3. Личностные стили ведения переговоров.
4. Национальные стили ведения переговоров.
5. Американский и английский стили ведения переговоров.
6. Немецкий и французский стили ведения переговоров.

7. Японский и китайский стили ведения переговоров.
8. Арабский стиль ведения переговоров.
9. Латиноамериканский стиль ведения переговоров.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1
форма рубежного контроля – Контрольная работа

1. Концепция информационных переговоров Р. Шелла.
2. Обучающая система переговоров Дж. Кэмпа.
3. Концепция принципиальных переговоров Р. Фишера и У. Юри.
4. Сравнительный анализ стратегий ведения переговоров.
5. Применение стратегий и тактик ведения переговоров в современном мире.
6. Двусторонние форматы переговоров.
7. Многосторонние форматы переговоров.
8. Особенности ведения переговоров в бизнесе.
9. Особенности ведения государственных переговоров.
10. Особенности ведения переговоров в некоммерческой сфере.
11. Феномен посредничества в переговорном процессе.
12. Предмет организационного поведения. Хоторнские исследования.
13. Особенности организационного поведения в России.
14. Определение понятия «личность». Свойства личности.
15. Определение понятия «личность». Основные теории личности.
16. Направленность и способности личности. Типы мышления, черты характера.
17. Основные характеристики установок. Внешние факторы, влияющие на поведение человека в организации.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина ДЕЛОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ
2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРИЕМЫ И ТЕХНИКИ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ

Тема 2.1. Приемы активного слушания и конструктивного спора в переговорах

Тема 2.2. Внутренние корпоративные коммуникации

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, работой с целевой аудиторией и формально-содержательные характеристики.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Задачи и функции корпоративных изданий. Виды корпоративных изданий: газеты, журналы, публичные отчеты, буклеты, проспекты, каталоги. Реклама и PR в корпоративных изданиях.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Понятие, сущность и основные функции внутрикорпоративной коммуникации. Персонал - содержание понятия и его классификация в организации.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

5. Дайте расширенное определение манипуляции в переговорах?
6. Охарактеризуйте основные задачи манипуляции в переговорах
7. Какие существуют манипуляции в переговорах?
8. Охарактеризуйте эмоциональное подавление
9. Охарактеризуйте манипуляцию доверием
10. Охарактеризуйте манипуляцию обстоятельствами
11. Охарактеризуйте манипулятивную подачу информации

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Тема практического занятия: Приемы активного слушания и конструктивного спора в переговорах

Форма практического задания: дискуссии; тренинги, ролевые игры.

Ролевая игра: “Переговоры”

Цель игры: Научить участников использовать приемы активного слушания и конструктивного спора в переговорах.

Сценарий игры:

Участники делятся на две команды: команда А и команда Б. Каждая команда получает свою р оль и задачу.

Команда А: Вы -

представители компании, которая занимается производством экологически чистых продуктов питания. Ваша задача - убедить команду Б инвестировать в вашу компанию.

Команда Б: Вы -
инвесторы, которые ищут перспективные проекты для вложения средств. Ваша задача - оценить предложение команды А и принять решение о инвестициях.
Перед началом переговоров участники должны подготовить свои аргументы и стратегии.
Ход игры:
Вступление.
Команды представляются друг другу.
Ведущий объясняет правила игры и цели команд.
Активное слушание.
Команда А начинает презентацию своего проекта.
Команда Б внимательно слушает и задает уточняющие вопросы.
Конструктивный спор.
Команда Б высказывает свои сомнения и опасения относительно проекта.
Команда А отвечает на вопросы и аргументирует свою позицию.
Обсуждение.
Обе команды обсуждают возможные варианты сотрудничества.
Ведущий следит за тем, чтобы спор был конструктивным и уважительным.
Принятие решения.
Команда Б принимает решение о инвестициях.
Ведущий подводит итоги игры и обсуждает с участниками их стратегии и приемы.
Эта ролевая игра поможет участникам научиться использовать приемы активного слушания и конструктивного спора в реальных ситуациях переговоров.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2
форма рубежного контроля – Контрольная работа

1. Технологии манипулирования в переговорах.
2. Технологии фасилитации и медиации в переговорах.
3. Личностные стили ведения переговоров.
4. Национальные стили ведения переговоров.
5. Американский и английский стили ведения переговоров.
6. Немецкий и французский стили ведения переговоров.
7. Японский и китайский стили ведения переговоров.
8. Арабский стиль ведения переговоров.
9. Латиноамериканский стиль ведения переговоров.
10. Применение посредничества в современных государственных переговорах.
11. Технологии аргументации и контраргументации в переговорах.
12. Технологии активного слушания в переговорах.
13. Темперамент, его свойства и типы. Дополнительные характеристики личности. Возрастные психологические особенности.
14. Понятие о восприятии. Взаимосвязь и различие между ощущением и восприятием.
15. Подпроцессы восприятия. Механизмы перцептивной защиты.
16. Социальное восприятие. Стереотипизация и психологические эффекты.
17. Управление впечатлением.
18. Определение психических процессов внимания, памяти, воли, эмоций, аттракции.
19. Система мотивации: потребности, мотивы, интересы, ценности.
20. Содержательные теории мотивации (Маслоу, Альдерфера, Мак Клелланда, Герцберга).
21. Процессуальные теории мотивации (Мак Грегора, теория ожидания Врума, модель Портера – Лоулера).

Современные теории мотивации (справедливости, аттрибуции, целеполагания, подкрепления мотива).

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу

нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. ПЕРЕГОВОРЫ КАК ВИД ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Тема 1.1. Понятие и функции переговоров. Типы и виды переговоров

Не предусмотрены

Тема 1.2. Стратегия и тактика ведения переговоров. Организация и проведение переговоров

Сигникативная (обозначения)	Регулятивная		Общения		Коммуникации
отличает речь человека от коммуникации животных (помогает с помощью речи характеризовать личность человека)	связана с регуляцией людей и саморегуляцией		связана с тем, что слово обозначает не только отдельный предмет, но и целую группу сходных предметов и всегда является носителем существенных признаков		передача знаний, отношений, желаний, чувств

Рис. 2.1 - Функции речи

Вид эффекта	**Содержание**
Эффект визуального имиджа	Свидетельствует о том, что первоначальное впечатление о внешнем виде человека является определяющим для дальнейших взаимоотношений. Элегантность и доброжелательный взгляд — всё это еще до начала речи играет большую роль в формировании первого впечатления
Эффект первых фраз	Закрепляет или корректирует первоначальное впечатление. Именно поэтому первые фразы, сказанные собеседнику, должны заинтересовать его. Это означает, что в первых фразах должна быть сосредоточена информация, сразу приковывающая к себе внимание
Эффект аргументации	Заключается в обоснованности, убедительности и логичности информации. Деловому человеку желательно владеть не только основами логики, чтобы уметь грамотно и последовательно строить свою речь, но и владеть достоверной фактической информацией (конкретные факты, цифры)
Эффект порционного выброса информации	Позволяет постоянно поддерживать

	внимание собеседника, основан на заранее продуманном распределении по всему пространству речи новых мыслей и аргументов, периодической интерпретации ранее сказанного. Это означает, что не нужно за две минуты пытаться рассказать всю необходимую информацию
Эффект релаксации	Позволяет снять эмоциональную напряженность. Если ситуация позволяет, то можно использовать юмор. Он создает естественную паузу для отдыха людей, сближает, настраивает на благожелательный лад и дает силы для восстановления эмоциональной энергии

Таблица 2.1 - Основные коммуникационные эффекты

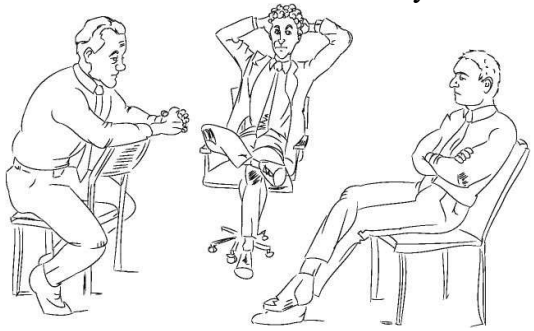


Рис. 2.6 - Ситуация 1



Рис. 2.7 - Ситуация 2

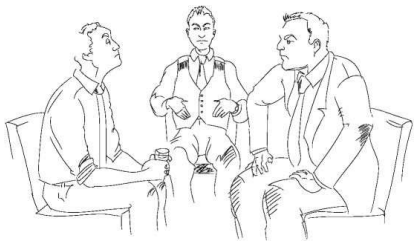


Рис. 2.8 - Ситуация 3



Рис. 2.9 - Ситуация 4

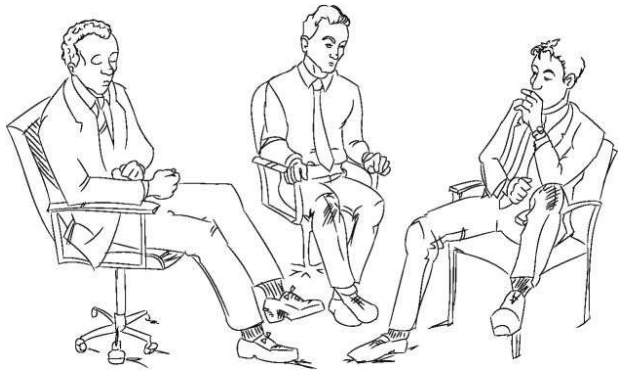


Рис. 2.10 - Ситуация 5

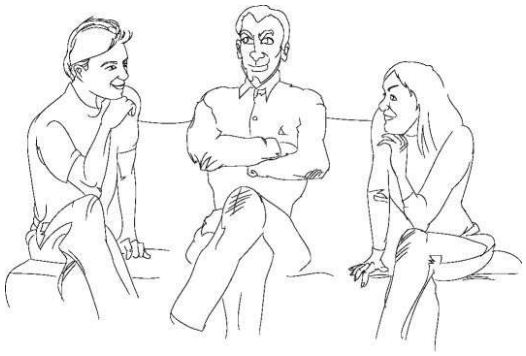


Рис. 2.11- Ситуация 6

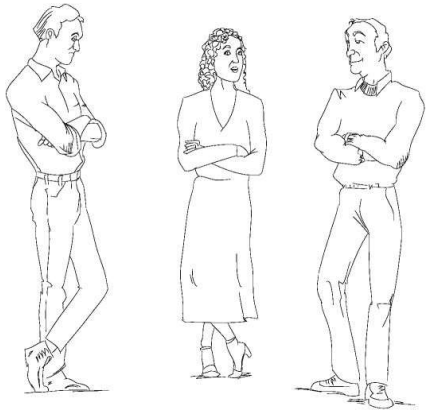


Рис. 2.12 - Ситуация 7

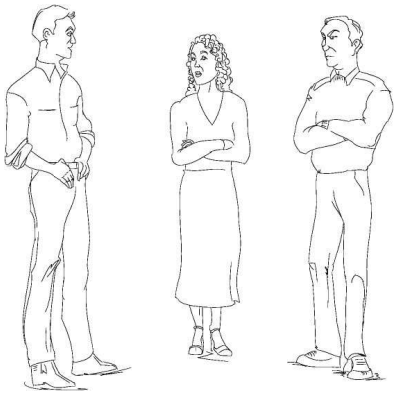
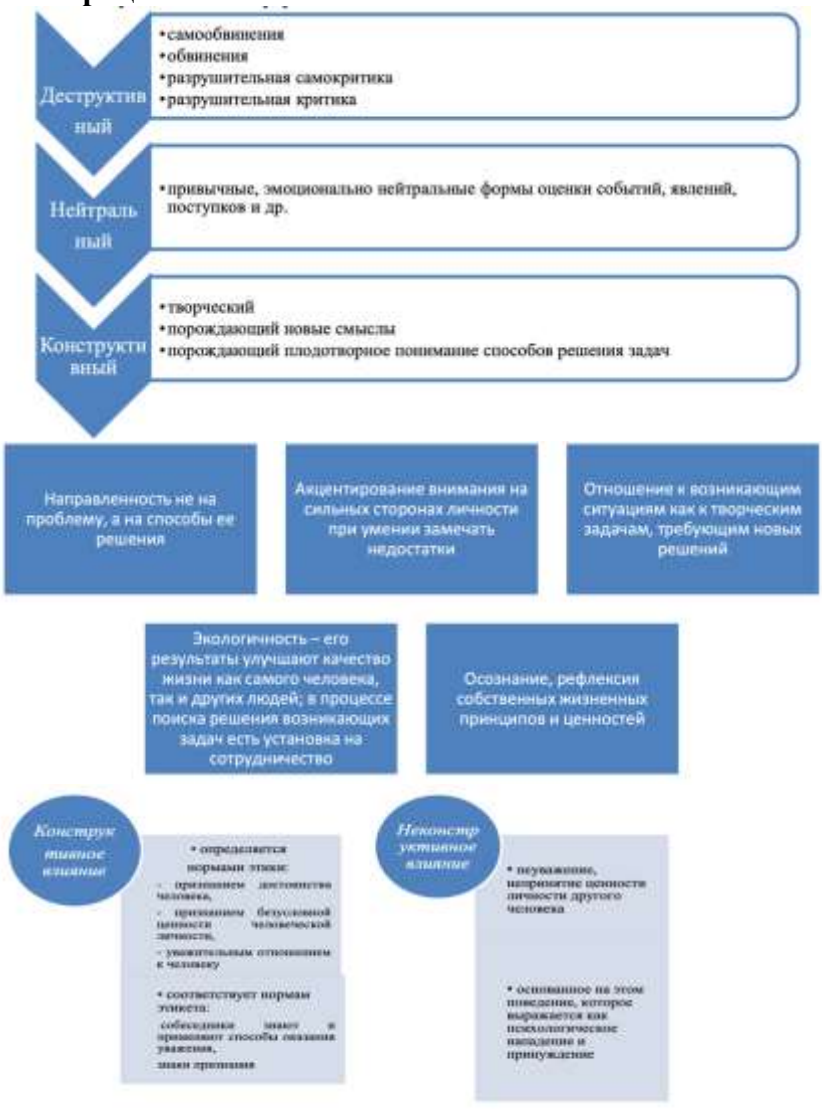


Рис. 2.13 - Ситуация 8

РАЗДЕЛ 2. КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРИЕМЫ И ТЕХНИКИ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ

Тема 2.1. Приемы активного слушания и конструктивного спора в переговорах

Илюстрации:



Тема 2.2. Техники манипулирования в переговорном процессе

Не предусмотрены

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАБОТА ПРЕСС-СЛУЖБЫ

Направление подготовки
«42.03.02 Журналистика»

Направленность
Журналистика

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г..

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник

возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
РАЗДЕЛ 1. Функции и структура пресс-службы	

Тема 1.1. Профессиональные задачи. Документооборот. Правовое и этическое регулирование	Определение пресс-службы. Назначение (социальная роль) пресс-службы. Место пресс-службы в типичной структуре управления. Объем полномочий пресс-службы. Общая характеристика современных российских пресс-служб по сферам применения: политика, бизнес, общественные организации. Основные направления деятельности пресс-службы. Пресс-секретарь и особенности его деятельности. Функции пресс-секретаря. Структурирование (разделение обязанностей) в пресс-службе. Требования к работнику пресс-службы. Документы, официально закрепляющие статус пресс-службы. Закон о СМИ, Антимонопольное законодательство. Виды внутренних документов, регламентирующих работу сотрудников пресс-службы. Общественные организации и профессиональные объединения, регламентирующие этическую сторону работы пресс-службы. Роль неформальных коммуникаций в работе сотрудников пресс-службы.
Тема 1.2. Тенденции в деятельности современной пресс-службы	Классификация работы пресс-службы по различным основаниям. Типы, виды, формы и жанры – мероприятия и контент пресс-службы. Специфика пиар в разных каналах распространения. Особенности размещения и оформления пиар в различных медиа. Взаимодействие пиар и редакционного контента. Нестандартные формы продвижения в медиа – вирусный пиар, нативный пиар, пользовательский пиар. Вопросы использования искусственного интеллекта для пиар-деятельности. BIG DATA.
РАЗДЕЛ 2. Система коммуникации пресс-службы с аудиториями	

Тема 2.1. Виды современной пиар коммуникации в медиа	Характеристика основных жанров пиар и видов мероприятий – традиционные и новые. Изменение системы жанров пиар в нью-медиа. Возрастающая роль видео-контента, феномен подкастов, реклама-мем, сторителлинг как ведущий жанр пиар-текстов. Конвергентные модели распространения контента. Вопросы дистрибуции контента в интернете, авторские права и интеллектуальная собственность. Особенности функционирования пиар-контента в интернете и на других носителях. Появление сервисов-посредников для повышения эффективности рекламных и пиар-сообщений. Pressfeed, Prex, Deadlinemedia и др.
Тема 2.2. Управление деятельностью пресс-службы	Разработка информационной стратегии и политики организации по работе со СМИ. Основополагающие принципы информационной политики. Характер взаимоотношений пресс-служб со средствами массовой информации. Определение целей медиарилейшенз. Определение ключевых СМИ и пула журналистов. Тематическая карта организации. Сертификация спикеров. Определение процедуры взаимодействия со СМИ. Составление схемы комментирования информации, алгоритмов ответов на запросы журналистов.
РАЗДЕЛ 3. Медиаизмерения и исследования	
Тема 3.1. Исследования медиа в работе пресс-службы	Цели и задачи аналитической работы в пресс-службе. Анализ и обобщение информации, формирование задач, определение программы. Исследования, составление рабочего документа, компьютерная обработка материалов. Предъявление результатов исследования, количественная методика подсчета содержательных элементов текста (факт, конфликт, аргумент, тема, обобщение). Качественные характеристики публикаций (соответствие цели, информативность, актуальность, доказательность, конструктивность). Создание архива материалов.
Тема 3.2. Медиапланирование	Медиапланирование как вид деятельности. Роль исследований для медиаиндустрии и пиар. История развития исследований. Основные методы и методики исследований аудитории медиа. Исследовательские проекты. Исследовательские компании. Специфика исследований для разных медиа. Назначение медиаплана, виды медиапланов. Отчетность по медиапланированию. Управление СМИ и информацией: формирование собственного информационного потока, манипулирование информацией, сегментирование информационного потока, приоритетная поставка информации, информационное партнерство, эксклюзивная информация.

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод

анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые,

в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Функции и структура пресс-службы.

Вопросы для самоподготовки:

1. Структура современной организации: типовые подходы.
2. Сущность пресс-службы, ее функции.
3. Значение пресс-службы для современной организации.
4. Роль медиа в распространении пиар-контента. Роль медиа для пиар-деятельности.
5. Основные характеристики печатных, телевизионных радийных, интернет-медиа, имеющие значение при распространении рекламы и пиар-материалов.
6. Роль технологий информационного общества для развития медиаиндустрии.
7. Вирусный пиар, партизанский пиар, нативная реклама – сходство и отличие.
8. Использование искусственного интеллекта. Перспективы изменений

профессиональной среды и подходов к организации медиабизнеса.
9. Теории информационного общества, их базовые понятия, объясняющие восприятие рекламы и пиар современным обществом.
10. Феномен BIG DATA.

РАЗДЕЛ 2. Система коммуникации пресс-службы с аудиториями.

Вопросы для самоподготовки:

1. Методы работы пресс-служб со СМИ. Формы подачи информационно-новостных материалов
2. Цели и задачи проведения специальных мероприятий для прессы.
3. Брифинг как специфическая форма распространения информации. Особенности проведения брифингов в государственных, коммерческих структурах и общественных организациях.
4. Типовая структура пресс-тура. Организация участия журналистов в корпоративных мероприятиях.
5. Сайт организации и его использование в реализации информационной политики организации.
6. Особенности функционирования сервисов Pressfeed, Prex, Deadlinemedia и др.
7. Креатив в пиар-коммуникациях
8. Использование контента от аудитории в пиар-коммуникациях
9. Структура пресс-службы и ее виды
10. Бизнес-процессы пресс-службы, автоматизированные сервисы организации работы пресс-службы

РАЗДЕЛ 3. Медиаизмерения и исследования.

Вопросы для самоподготовки:

1. Составление медиакарты СМИ (обязательные разделы карты СМИ, содержание).
2. Медиаплан: понятие, структура.
3. Мониторинг СМИ. Виды мониторинга СМИ. Ежедневный информационный мониторинг.
4. Пресс-клиппинг, как форма отчёта по ежедневному информационному мониторингу. Еженедельный, аналитический мониторинг.
5. Мониторинг периодических изданий. Принципы отбора материалов для анализа.
6. Мониторинг телепередач. Анализ эфирной сетки вещания. Понятие о программировании. Приемы анализа видеоряда. Влияние ритма, цвета, шумового и музыкального сопровождения на восприятие информации
7. Использование социологической информации для оценки позиций СМИ и их воздействия на аудиторию.
8. .Особенности мониторинга соцсетей. Электронные архивы и их использование в аналитической работе.
9. Количественный мониторинг, определение информационного баланса. Метод информационного лидерства
10. Тенденции «усталости» аудитории от рекламы и пиар в медиа, феномен снижения доверия и качества восприятия контента.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Общая теория коммуникации»* предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических и лабораторных занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-

исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту в области медицины общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных

преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются

выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные

источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца

– 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной

(цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий

дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;

- в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;
- знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;
- свободное владение терминологией;
- ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

- ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;
- единичные ошибки в терминологии;
- ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

- логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;
- ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;
- студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;
- студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

- присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;
- незнание терминологии;
- ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при

изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

***Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации*.**

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании

утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по учебной дисциплине.

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	**Максимальная рейтинговая оценка, баллов**
академическая активность	*10*
практические задания	*40*
из них: текущие практические задания	*20*
итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости

обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	**Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации**
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

Если результат контроля успеваемости в рамках проведения контрольных мероприятий промежуточной аттестации (рубежный рейтинг обучающегося) неудовлетворительный (получено менее 13 рейтинговых баллов), то промежуточная аттестация по учебной дисциплине (модулю) невозможна даже при наличии высокого текущего рейтинга, полученного по итогам текущего контроля по учебной дисциплине (модулю).

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

Направление подготовки
«42.03.02 Журналистика»

Направленность
Журналистика

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен

для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. Этапы развития периодической печати	
Тема 1.1. Истоки публицистики. Появление первых газет и становление системы печати	Протожурналистика в Древнем Риме; первые рукописные газеты; зарождение и развитие печати в Англии; памфлетная публицистика английской революции 40-х гг. XVII в. (Джон Мильтон – публицист и памфлетист, «Ареопагитика» Д. Мильтона; памфлеты Д. Лильберна, Дж. Уинстенли); особенности развития английской журналистики в XVIII в., борьба за реальную свободу печати; зарождение и развитие журналистики в английских колониях Америки; печать и публицисты Великой французской революции (1789-1794); Развитие отечественной прессы («Куранты», «Ведомости» 1703 года); развитие отечественных газет и журналов XVIII -XIX вв.; особенности развития зарубежной и отечественный периодики
Тема 1.2. Развитие печатных СМИ в XX – начале XXI века	Газетно-журнальная журналистика России в условиях буржуазно-демократического государства; периодическая печать в период Первой мировой войны (1914-1918); печатные СМИ первого советского десятилетия (ноябрь 1917-1927); западная журналистика в 1929 – 1939 годах; газеты и журналы Великой Отечественной войны, периодика периода «холодной войны», газеты и журналы перестройки и гласности, развитие печатных СМИ в эпоху интернета и медиаконвергенции.
РАЗДЕЛ 2. Типология печатных СМИ	
Тема 2.1. Типология прессы: западная модель	Подходы к типологии СМИ; массовая и качественная пресса; западная типология печатных СМИ как адаптация к

	условиям рыночной среды (еженедельные журналы новостей, деловые журналы, иллюстрированные журналы, журналы о моде и стиле жизни, научно-популярные журналы, издания для профессиональной аудитории (b2b), бесплатные газеты
Тема 2.2. Типология прессы: российская специфика	Типология прессы: российская специфика; революция 1905 г. и появление партийной прессы, издания И.Д. Сытина и А.С. Суворина, Декрет о печати 1917 г.; становление советской системы прессы; типология прессы после развала СССР (коммерциализации журналистики, широкое распространение массовой прессы, появление большого количество рекламно-информационных изданий, приход на российский рынок западных изданий); проблема типологии СМИ в условиях трансформации медиасистемы.
РАЗДЕЛ 3. Основы подготовки и редактирования материалов для печатных СМИ	
Тема 3.1. Основы подготовки текстов для газет и журналов	Основы подготовки текстов для газет и журналов (новостная заметка, репортаж, интервью); новые формы предоставления контента в печатных СМИ; новость о происшествии, самое важное в событии, способы и критерии отбора события для освещения, расположение информации в СМИ, новостные вопросы, новость о выступлении, структура и композиция заметки, бэкграунд, шаблоны заметок из ведущих российских изданий, создание заголовков, лиды новостных заметок, репортаж событийный и тематический, разновидности репортажных лидов, типология собеседников и тематики разговора, событийное, экспертное и личностное интервью, авторская колонка, прямое и косвенное доказательство в колонке, риторические фигуры и приемы, статья, новость-событие и новость-явление, содержательное наполнение статьи, метод 10 блоков, финал статьи.
Тема 3.2. Основы редактирования журналистских тестов	Редактирование журналистских текстов, задачи редактора отдела, критерии успешности редактирования, типичные ошибки авторов, виды редакторского чтения, приемы редакторской правки, алгоритм быстрого редактирования текстов.

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс

обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Этапы развития периодической печати

Тема 1.1. Истоки публицистики. Появление первых газет и становление системы печати

Вопросы для самоподготовки:

1. 1. Причины возникновения риторики и особенности ее развития в античном обществе.
2. Взгляды на риторику Платона и Аристотеля. Истоки авторитарной теории печати.
3. Выступления выдающихся ораторов античности как образцы ранней публицистики.
4. Первые прообразы газет в Древнем Риме и Китае.
   Особенности европейской публицистики периода Средневековья и Возрождения

Тема 1.2. Развитие печатных СМИ в XX – начале XXI века

Вопросы для самоподготовки:

5. Изобретение И. Гуттенберга и его значение для европейских информационных обменов.
6. Рукописные периодические издания периода Ренессанса как предшественники первых газет.
7. Реформация и ее значение для формирования европейской журналистики.
8. Возникновение цензуры и ее особенности в разных странах Европы.
9. Важнейшие предпосылки появления и особенности первых европейских газет.

РАЗДЕЛ 2. Типология печатных СМИ

Тема 2.1. Типология прессы: западная модель

Вопросы для самоподготовки:

1. Журналистская и издательская деятельность Д. Пулитцера.
2. Журналистская и издательская деятельность У. Херста.
3. Зарождение процессов концентрации и монополизации печати в конце XIX века.
4. Социально-политические и экономические предпосылки становления журналистики в качестве самостоятельного социального института.
5. Социально-политические и экономические предпосылки возникновения ежедневной качественной прессы.

Тема 2.2. Типология прессы: российская специфика

Задания для самоподготовки:

1. Особенности развития массовой прессы в первые десятилетия XX века.
2. Движение макрейкеров и его значение для развития журналистики.
3. Новые формы и методы в деятельности прессы в первой половине XX века.
4. Типологическое развитие журнальной периодики в первой половине XX века.
5. Особенности журналистского мастерства 9.9. Киша.

РАЗДЕЛ 3. Основы подготовки и редактирования материалов для печатных СМИ
Тема 3.1. Основы подготовки текстов для газет и журналов
Вопросы для самоподготовки:

1. Особенности редакторской работы в условиях региональных СМИ (на примере СМИ
2. Выдаст преподаватель)
3. Литературное редактирование и сетевые СМИ
4. Способы выражения авторского начала в газетном тексте (на примере региональных
5. печатных СМИ)
6. Современные теории изучения текстов публицистического стиля

Тема 3.2. Основы редактирования журналистских тестов
Задания для самоподготовки:

1. Редакторский опыт русских писателей для современного редактора (А. С. Пушкин, Л. Н. Толстой, А. М. Горький)
2. Редакторский опыт Л. К. Чуковской для современного редактора
3. Телевизионная речь как объект литературного редактирования
4. Особенности стилистики информационных и публицистических жанров прессы
5. Образная система различных жанров.
6. Стилистика отдельного средства массовой информации в зависимости от его типа.

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Этапы развития периодической печати
Тема 1.1. Истоки публицистики. Появление первых газет и становление системы печати
Не предусмотрено
Тема 1.2. Развитие печатных СМИ в XX – начале XXI века
Не предусмотрена.
РАЗДЕЛ 2. Типология печатных СМИ
Тема 2.1. Типология прессы: западная модель
Не предусмотрено
Тема 2.2. Типология прессы: российская специфика
Не предусмотрено
РАЗДЕЛ 3. Основы подготовки и редактирования материалов для печатных СМИ
Тема 3.1. Основы подготовки текстов для газет и журналов
Не предусмотрено
Тема 3.2. Основы редактирования журналистских тестов
Не предусмотрено

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИ» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в

форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные

сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует

рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки

сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;

– в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;

– знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;

– свободное владение терминологией;

– ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;

– единичные ошибки в терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;

– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;

– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

– незнание терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы,

периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИ

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 1. Этапы развития периодической печати

Тема 1.1. Истоки публицистики. Появление первых газет и становление системы печати

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Протожурналистика в Древнем Риме; первые рукописные газеты; зарождение и развитие печати в Англии; памфлетная публицистика английской революции 40-х гг. XVII в.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Перечень изучаемых элементов содержания

Пражурналистские явления в истории мировой культуры.

Зачатки коммуникации можно увидеть еще в первобытнообщинном обществе, задолго до появления письменности. Публицистика – своеобразная ступень между журналистикой и литературой, высший вид журналистики – зародилась в Древней Греции, вместе с публикой, которая умела самостоятельно мыслить и нуждалась в обсуждении насущных проблем общества и власти.

В античном мире появились и элементы **пропаганды.** В Средневековье термин *пропаганда* носил религиозный характер. Пропагандой называлось обращение в веру, и латинские христианские миссионеры именовались пропагандистами.

Использование письменности было одним из первых осознанных опытов коммуникации. О письменности мы говорим как о средстве закрепления речевой информации. Становление письменности тесно связано с потребностями формирующихся обществ и государств: нужна была точная фиксация управленческой, хозяйственной, статистической информации, а также записи правовых и религиозных ритуалов и т.д. В обществе, еще не знавшем алфавита, письмо носило предметный, знаковый характер. На разных этапах развития общества и цивилизаций практиковались также пиктограммы, узелковое письмо, логограммы, из которых впоследствии появились иероглифы и клинопись. Первые идеографические системы возникли в IV тысячелетии до Рождества Христова в Египте и Месопотамии. Клинописью пользовались

даже те народы, которые использовали иероглифическое письмо. С древнегреческого языка слово *иероглифы* переводится как «священные письмена», что, безусловно, говорит о сакральном отношении древних людей к письменности.
На базе иероглифов появилась азбука. Первое буквенное письмо (где не было гласных букв) создали финикийцы примерно в середине II тысячелетия до Р.Х. К финикийскому письму восходят все европейские системы письма, в том числе и кириллица, а также еврейское, арабское письмо, письменности Индии, Центральной Азии. Первый же алфавит создали древние греки в IX–VIII веках до Р.Х.
До появления стабильных способов письменной фиксации информации публицистика носила устный характер. В Древней Греции она нашла отражение прежде всего в ораторском искусстве, которое зародилось в V веке до Р.Х. и стало таким же почитаемым, как героический эпос и классическая драма. В греческом пантеоне богов была даже богиня красноречия Пейто. Обучение риторике, ораторскому мастерству являлось высшей ступенью античного образования. Аристотель в труде «Риторика» разделил речи на три вида: совещательные (или политические), судебные и торжественные (эпидиктические). Совещательные речи касались вопросов мира и войны, финансов, торговли, законодательства. Цель судебных речей была обвинить или оправдать. Торжественные речи сводились к похвале или порицанию.
Особым видом красноречия являлись судебные речи. В афинском суде, состоявшем из пятисот человек, не было института прокуроров и адвокатов: истец сам обвинял соперника, равно как и обвиняемый защищал себя сам. Всего суд присяжных, собиравшийся для решения наиболее важных и спорных вопросов, насчитывал шесть тысяч человек. Такое количество судей полагалось во избежание их подкупа заинтересованными лицами.
Наибольшую известность в судебных речах снискал **оратор Лисий** (459–380 годы до Р.Х.). Из 425 его речей до нас дошло сорок две. Лисий преуспевал в торговле. Стать оратором ему «помогли» жизненные невзгоды. Первую речь Лисий произнес в 55 лет. Она называлась «Против Эратосфена, бывшего члена коллегии Тридцати», была направлена против виновника гибели брата Лисия и оказалась единственной речью, которую оратор произнес лично. Все остальные речи он писал для других. В «Оправдательной речи по делу об убийстве Эратосфена» дан великолепный образ обманутого, наивного «маленького» человека, в то же время законопослушного афинянина, для которого последняя надежда – справедливое решение судей.
Одним из самых известных представителей жанра торжественного красноречия был **Исократ** (436–338 годы до Р.Х.). Из всех античных ораторов именно его можно назвать первым публицистом. Исократ никогда не выступал устно, став зачинателем письменного красноречия. Своим творчеством он предвосхитил такие жанры, как трактат, статья, эссе, памфлет, воззвание, письмо. В дошедших до нас двадцати одной речи и девяти письмах Исократ разрабатывал и пропагандировал политическую программу спасения Эллады: объединение сил греков для борьбы против персов. Особенно ярко выражена эта программа в речи «Панегирик». Любопытно, что «Панегирик» – фиктивная речь, не предназначенная для реального произнесения, а лишь имитирующая выступление оратора. В других речах (например, «Ареопагитик », «Против софистов») Исократ стремился доказать, что лучшая форма правления – единоличная власть, идеальная тирания. Он также вывел качества, необходимые для государственного мужа, среди которых – наличие родословной, восходящей к потомкам Зевса.
Исократ создал школу красноречия, которая, по сути, являлась прообразом первого в мире университета. Там изучались не только предметы, непосредственно нужные будущему оратору, но и почти все гуманитарные и многие точные, естественные науки.
Среди ораторов, приверженных афинской демократии, наибольшую известность получил **Демосфен** (384–322 годы до Р.Х.). Обделенный от природы ораторскими навыками, он долго и мучительно изживал физические недостатки, напряженно учился и в итоге снискал всеобщую славу. Оратор, дипломат, публицист, Демосфен яростно защищал демократию и

слыл самым непримиримым антимонархистом. Из шестидесяти одной дошедшей до нас речи самые известные, безусловно, «Филиппики» – цикл политических речей, произнесенных против македонского царя Филиппа.
В отличие от древнегреческого римское красноречие утилитарно, его идеал тесно связан с политическим идеалом. Поэтому в Древнем Риме преобладало политическое красноречие, расцвет которого пришелся на I век до Р.Х. – время падения республики, гражданской войны, установления империи. В эту эпоху прославились такие политики-ораторы, как Гай Гракх, Сервилий Сульписий, Гортензий, Марк Антоний, Марк Порций Катон-младший. Самым знаменитым римским оратором являлся, безусловно, Марк Туллий Цицерон (106–43 годы до Р.Х) Пик политической карьеры и ораторской деятельности Цицерона пришелся на 63 год до Р.Х., когда его избрали консулом. На этой должности Цицерон произнес четыре речи «Против Катилины», посвященные обвинению своего политического оппонента Катилины в заговоре. Этот цикл речей – шедевр мирового красноречия. Никаких доказательств обвинения у Цицерона не было. Главное доказательство замыслов Катилины – преступный характер обвиняемого. Цицерон пользовался такими приемами, как амплификация (преувеличение, раздувание фактов и событий), олицетворение или персонификация, инвектива (когда идея не отделена от ее носителя), патетические риторические вопросы, предсказания богов и божба. На следующий день после первой же речи Цицерона, произнесенной 8 ноября 63 года до Р.Х., Катилина покинул Рим, не выступив даже с ответной речью. Цицерон, узнав об отъезде своего политического противника, сразу же выступил со второй речью против Катилины, а меньше чем через месяц – с третьей. В четвертой речи 5 декабря Цицерон потребовал решением консула казнить без суда сторонников Катилины, что и было исполнено.
Помимо устного красноречия в Риме получает развитие предвосхищенный еще **Исократом жанр письма**, который не практиковался в Элладе. Богатые римляне, уезжая в отдаленные провинции, оставляли в Риме своих рабов или нанимали свободных людей, которые знали грамоту и регулярно сообщали в письмах своим хозяевам о том, что делается в столице. Это могли быть и политические, новости, и городские сплетни. Порой один такой человек работал на нескольких корреспондентов и был, по сути, прообразом информационного агентства, принцип работы которого строится на сборе информации и рассылке ее потребителям.
В Риме появляется и **прообраз газеты**. В 59 году до Р.Х. по указанию Цезаря на глиняных дощечках стали выходить «Acta diurna senatus ac populi» («Ежедневные протоколы сената и римского народа»), которые со временем разделились на два направления. В «Acta senatus», которые вывешивались в здании форума, сообщалось о выступлениях в сенате. Это был прообраз элитарной, качественной газеты. «Acta diurna populi romani» выставлялись на площадях, базарах. Там говорилось о городских новостях. С газеты снимали копии, значит, можно говорить о ее тираже. «Acta diurna» отличались лаконичностью и доступностью и явились прообразом современной массовой газеты. Люди, которые собирали материалы для «Acta diurna», предшественники современных репортеров, назывались **диурналистами**. **Отсюда этимология слова «журналист».**

48. Возникновение русской периодической печати («Куранты», «Ведомости»). «Санкт-Петербургские ведомости». М.В. Ломоносов и журналистика. [64]

64 Исторические особенности возникновения и развития русской журналистики. Газета «Ведомости» Петра I.
Указом от 15 декабря 1702 Петр 1 объявил об издании первой русской газеты. “Ведомости” предназначались “для извещения оными о заграничных и внутренних происшествиях”. “Куранты”, или “Вестовые письма” (1621 - старейший экземпляр, дошедший до нас) - рукописная газета, существовавшая до петровских “Ведомостей”, носила характер информации о событиях за рубежом (о политике, военных планах, дипломатических актах). Материалы готовились чиновниками посольского приказа, которые преимущественно отбирали и переводили материалы из зарубежных газет, пользовались и сообщениями лиц, проживающих за границей. Это была газета для царя и узкого круга придворных.

В отличие от “Курантов” петровские “Ведомости” - первая газета, рассчитанная на широкие круги русских читателей, предназначенная для продажи в мир. “Ведомости” носили преимущественно информационный характер. Отдельные номера выходили под названием “Ведомости московские”, “Российские ведомости” и др.
С момента своего появления “Ведомости” носили ярко выраженный агитационный характер. Она отражала насущные потребности эпохи крупных преобразований в России: пропаганда новой науки, культуры, необходимости и справедливости войн со Швецией и Турцией, сообщения об обороноспособности страны, о превосходстве ее военной стратегии, о развитии экономики и т.д. С помощью газеты правительство впервые обратилось к общественному мнению, стремясь получить его поддержку, убедить читателя в необходимости проводимых мероприятий.
В первом дошедшем до нас печатном номере “Ведомостей” от 2 января 1703 (от 17 и 27 декабря 1702 сохранились только рукописные копии) сообщалось: “Повелением его величества московские школы умножаются, и 45 человек слушают философию и уже диалектику окончили”.
“Из Персиды пишут: Индийский царь послал в дарах великому Государю нашему слона и иных вещей немало”.
Эти известия должны были вызвать чувство гордости за развитие просвещения и за рост международного авторитета России.
Газета часто писала о богатстве недр русской земли: “Из Казани пишут: на реке Соку нашли много нефти и медной руды, из той руды медь выплавили изрядну, от чего чают немалую быть прибыль московскому государству”.
Большое внимание уделялось военной информации, в том числе о Северной войне. Особенно интересна корреспонденция Петра 1 о Полтавской битве, напечатанная 2 и 15 июля 1709. Петр писал о храбрости, силе духа русских солдат.
Также в газете велась пропаганда партизанской войны против шведов (писала об олонецком попе Иване Окулове - партизане).
Поскольку “Ведомости” были правительственной газетой, то в материале о восстании Кондратия Булавина Кондратий был назван “вором” и “богоотступником”.
Содержание “Ведомостей” представляет большой исторический интерес, в этой газете много фактических сведений, ясно выражен правительственнй взгляд на политические события.
Об интересе читателей говорит тот факт, что статьи переписывали от руки, они дошли до нас в виде рукописных сборников.
До 1711, когда газета издавалась в Москве и в Пб, ее редактором был Федор Поликарпов, директор Печатного двора, с переводом газеты в Пб ее редактором стал директор Петербургской типографии, Михаил Аврамов.
Основной жанр - информация, однако в “Ведомостях” можно видеть истоки и других газетных жанров (корреспонденция, газетный репортаж - сообщение о празднествах, иллюминациях).
Большое место занимала иностранная информация, что объяснялось усилением экономических и культурных связей с европейскими странами.
Петр 1 сам редактировал отдельные номера газеты, руководил корректурой и подбором материала, привлекая к участию своих сподвижников, Меньшикова, Апраксина, Шафирова и др., чьи письма, реляции и донесения появлялись на страницах “Ведомостей”. Петр следил и за внешним оформлением газеты.
Печатные “Ведомости” продавались за 1- 4 деньги (1 деньга = ? копейки), а иногда раздавались народу бесплатно.
Первыми “штатными работниками” были Борис Волков - переводчик посольского приказа (работает в “Ведомостях” с 1719) и Яков Синявич (тоже переводчик, был призван указом Петра от апреля 1720 отвечать за расширение информации о внутренней жизни страны).
Формат: восьмая доля листа. Версталась из небольших заметок в одну колонку без заголовков.
Выходила нерегулярно: 1703 - 39 номеров, 1705 - 46 номеров, 1718
- один номер.

Тираж тоже непостоянен (от 50 - 100 до 1000, а номер от 22 марта 1703 вышел 4000 тиражом). С 1719 печатание газеты перевели в Петербург (Пб). Газета печаталась сначала славянским шрифтом, а с 1710 - гражданским.

1. Учебная дисциплина. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИ

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 1. Этапы развития периодической печати

Тема 1.2. Развитие печатных СМИ в XX – начале XXI века

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Газетно-журнальная журналистика России в условиях буржуазно-демократического государства; периодическая печать в период Первой мировой войны	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 1.2. Развитие печатных СМИ в XX – начале XXI века

XX век вошел в историю как век так называемого "информационного взрыва", век возникновения новой мировой информационной структуры. Появление новых средств массовой коммуникации, которые "люди вынимают из "рога изобилия современной технологии", позволяет соотносить, связывать между собой разные виды человеческой деятельности, разделенные пространством и временем. Люди настолько привыкли к огромному количеству информации, объем которой постоянно увеличивается, что не представляют себе жизни без прессы, телевидения, радио, кино и компьютерной сети. Оказавшись в силу каких-либо причин без них, начинают испытывать беспокойство и дискомфорт. Это состояние еще называют информационным голодом.

Для России начало XX века было сопряжено с переменами, приведшими к коренным изменениям в сознании многих поколений, которые не могли не отразиться и в произведениях искусства и в СМИ. Уже в то время многие прогрессивные педагоги видели большие потенциальные возможности медиа и стремились выяснить его перспективы и возможности.

К концу 20-х годов в нашей стране была создана тоталитарная журналистика. Кратковременная оттепель на переломе 50-60 годов внесла много изменений в систему СМИ. Газеты, журналы, телевидение и радиовещание стали более многобразными и живыми, интерес и надежда на их работу окрепла. Но глубинное существо журналистики как части тоталитарной системы не изменилось. Она являлась порождением и оставалась продолжением самой системы, с её чрезмерной централизацией, безропотным подчинением «центру», командными методами руководства, подавлением инакомыслия и инициативы, а также отличалась чрезмерным угодничеством. Однопартийная система, жёсткое планирование в экономике, отсутствие материальной заинтересованности в качественном труде и устаршающе-угрозной ответственности за сделанное или сказанное, канонизация единственной идеологии с её мифами и стереотипами, оторванность от реальности, поиск врага, наклеивание политических ярлыков - всё это решительным образом отразилось на работе СМИ.[1]

С середины 80-х годов появилось слово "гласность". Гласность - это право знать обо всём, что происходит в стране и в мире, это право получать правду и право говорить правду, не опасаясь за последствия. Также гласность можно понимать и как право на собственное мнение, а это уже является в некотором смысле залогом социального прогресса

В 90-х годах как в период развития российского общества успешное решение политических, экономических и социальных задач все больше зависит от действия такого личностного фактора. Таким фактором является социальная активность личности. Существенную роль в формировании активности любого общества играют средства массовой информации. В 90-х годах возрастает роль не только печатных форм СМИ, но и радио, и телевидения. Они становятся основными средствами массовой информации в общественной жизни страны, об этом свидетельствует их стремительный рост, распространенность, доступность и заинтересованность ими основными массами населения.

В конце 90-х годов были широко распространены независимые национальные союзы журналистов, созданные на основе добровольного сотрудничества работников СМИ.

При сравнении деятельности СМИ советского периода, работающих при тоталитарном режиме, когда их работа сводилась к безоговорочному подчинению журналистов политическому строю, сегодня мы можем говорить о том, что отношение подчинённости и субординации сочетается с деловым партнёрством, сотрудничеством постоянным взаимодействием.

В конце 90-х начале 2000-х годов в СМИ появилось множество материалов, рассказывающих об опыте работы зарубежных предприятий и организаций в области техники, медицинского обслуживания, научных достижений и культурного наследия. Российские СМИ открывали нашему обществу глаза на мир ранее невидимый, укрытый от нашего человека «железным занавесом» совестской власти.

В настоящее время - в начале XXI в. значительно возросло влияние средств массовой информации на человека как на личность. Господствующее положение среди влияния средств массовой информации на сегодняшний день занимает телевидение и Интернет. В 70-х - 80-х годах XX века телевизор в квартире являлся достаточной роскошью, а сегодня телевидение прочно вошло в быт практически каждой семьи, расположившись в нескольких экземплярах в каждой квартире. Если говорить об Интернет, то в начале 90-х годов Интернет был не каждому доступен. Сегодня же наоборот восприятие и обмен информации по сетям всемирной паутины доступен всем и каждому, у кого есть хотя бы мобильный телефон, не говоря уже о компьютере или ноутбуке.

В XXI веке телевидение и Интернет стремительно вытесняют газеты и журналы, серьёзно конкурируют с радио. Конкуренция телевизионной прессы с бумажной объясняется появлением на телевидении наряду с использованием старых еще и новых технологий, которые предоставляют более яркое и насыщенное отображение и донесение информации до реципиента. Конкуренция Интернета и бумажных СМИ отличается тем, что Интернет общедоступен и его распространенность гораздо шире в географическом аспекте, чем бумажные источники информации. По словам экспертов, современный человек слишком "избалован" удобствами, которые обеспечивают ему электронные технологии. В настоящее время появилось новое поколение потребителей информации. Они хотят узнавать новости тогда, когда им это удобно, и так, как им это удобно.

Особенности российской системы сми конца XX – начала XXI вв.

Типологическая палитра средств массовой информации России изменилась за последнее десятилетие достаточно основательно. Это объясняется влиянием двух основных факторов: во-первых, переменами в социальной структуре российского общества, которые уже зашли достаточно далеко, во-вторых, новыми технологическими моментами, требующими изменений в типологии прессы не только в России, но и во всем мире. Это сложный процесс, и Россия, которая в советскую эпоху почти полностью находилась вне общего потока развития СМИ, сегодня оказывается включенной и в этот поток, и тем более в собственные

перестроечные и постперестроечные реформы. Средства массовой информации как сложно организованный объект должны отвечать требованиям системного подхода:

Ø сохранять целостный характер, несмотря на существование разнообразных, отличающихся друг от друга СМИ, формируя единое информационное пространство для всех членов общества, постоянное информационное взаимодействие в общественной системе;

Ø располагать совокупностью компонентов, каждый из которых активно взаимодействует со своей средой и друг с другом на основе присущих СМИ закономерностей;

Ø иметь необходимый набор функций и так их реализовывать, чтобы удовлетворить информационные потребности личности, различных групп населения, общества в целом;

Ø структура как способ связи компонентов должна располагать такой совокупностью различных газет, журналов, программ телерадио, которые могут способствовать выполнению этих функций;

Ø СМИ должны быть организованной системой, действующей в соответствии с развитием условий жизни общества, иметь для этого необходимые организационные отношения между участниками массовой информационной деятельности (отношения координации, дисциплины, ответственности и др.). Для осуществления организационных процессов необходимы соответствующие административно-управленческие структуры в составе редакций, издательств и др.

В современных условиях целостность системы СМИ подвергается серьезным испытаниям. Происходят значительные разрывы в информационном пространстве, нарушаются информационные связи между членами общества, различными категориями населения, между обществом и личностью, государством и его гражданами, регионами и центром и т. п.

1. Учебная дисциплина. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИ

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 2. Типология печатных СМИ

Тема 2.1. Типология прессы: западная модель

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Подходы к типологии СМИ; массовая и качественная пресса; западная типология печатных СМИ как адаптация к условиям рыночной среды	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 2.1. Типология прессы: западная модель

Типология периодической печати в зарубежных странах.

Эволюция типологии в 20 веке связана с появлением «желтой прессы». Пресса стала делится на качественную, массовую и бульварную.

Качественная: лондонская «Times», американская «New York times»,anni. «Daily Telegraph».В Германии из качественных газет первое место по тиражу занимает "Die Welt", на втором месте - восточная "Berliner Zeitung", на третьем - "Der Tagespiegel". Бульварная: "Bild" - традиционная бульварная газета Германии, бульварная "Mitteldeutscher Express». Из бульварных ежедневных газет лидируют по тиражам две газеты "Berliner Kurier" и "Dresdner Morgenpost" (301,9), и "B.Z." (313,5)Англия: «Дневная звезда», «Sun».

Массовая: Германия: Среди качественно-массовых лидирует "Berliner Morgenpost". «Массовые» издания. Под влиянием социально-экономических последствий индустриальной революции и растущей коммерциализации издательского дела сформировалась так называемая «массовая» пресса со свойственными ей чертами: сенсационностью, поверхностным избирательным освещением событий, искажением фактов, бесцеремонным вмешательством в личную жизнь людей, акцентом на развлечение читательской аудитории в ущерб ее просвещению. Она унаследовала многое из того, что было присуще ее предшественнику - «пенни» -прессе. Издатели и редакторы «массовых» изданий выработали особый набор журналистских рецептов, следование которым обеспечивало коммерческий успех. Эти рецепты и составили суть так называемого «нового журнализма» в США. Классическими образцами «массовой» периодики стали газеты «New York World» Дж. Пулитцера и «New York Journal» У.Р. Херста. Их издатели максимально использовали характеристики, присущие новым слоям читательской аудитории, для привлечения внимания к своим изданиям. Газеты были адресованы читателю с низким уровнем образования и культуры. Вместо того, чтобы способствовать интеллектуальному и культурному развитию аудитории, они опускались до уровня наиболее отсталой читательской массы с присущей ей предрассудками, инстинктивными побуждениями. «Массовая» пресса в большей степени

апеллировала к чувствам читателя, нежели к его разуму, прибегая в основном к эмоциональной аргументации.

Следование требованию сенсационности при воспроизведении новостей приводило к тому, что для газет отбирались преимущественно эмоционально «заряженные» факты, скандальные известия, призванные поразить и развлечь читателя. Для создания эффекта сенсации допускалось искажение информации путем ее произвольной интерпретации, использования домысла, неполного воспроизведения фактов, передачи фактов вне их контекста.

«Массовой» прессе была свойственна тенденция к упрощению, примитивизации: издания зачастую избегали полутонов в передаче событий и оценке поступков людей, приучая читателя к однолинейному ограниченному взгляду на мир. Стиль изложения при внешней его пестроте также был примитивным. Пулитцер и Херст использовали для привлечения читателей броское оформление своих газет. Нередко на их первых полосах красовались кричащие крупные заголовки: именно «массовые» издания положили начало использованию газетных «шапок».

Широко использовались иллюстрации, комиксы. Персонаж комиксов, публиковавшихся на страницах «New York World» и «New York Journal» - «желтый парень» - стал символом этих и подобных им изданий, которые получили наименование «желтой» прессы.

В борьбе за аудиторию, за завоевание доверия массового читателя, газеты, действовавшие в духе «нового журнализма», стремились создать себе образ изданий, заботящихся о благе простого человека. С этой целью редакции организовывали кампании («крестовые походы») в защиту прав потребителей, за улучшение санитарного состояния городских кварталов и пр., сопровождая эти кампании саморекламой. Растущая популярность «желтой» прессы обеспечивала рост доходов от публикации на ее страницах рекламы товаров массового спроса.

Публикуя огромный массив коммерческой рекламы, «желтая» пресса оказала существенное влияние на формирование потребительски ориентированного общества.

Главной же действительной исторической заслугой первых «массовых» изданий является сформированная ими привычка к регулярному чтению газет у большого количества людей из числа тех, кому прежде было чуждо печатное слово. В числе достоинств «массовой» прессы исследователи называют также быстрое внедрение и использование передовых полиграфических и коммуникационных технологий. «Качественная» пресса». Непосредственными продолжателями традиций элитарной печати в период, когда печать превратилась в средство массовой информации, стали так называемые «качественные» издания. Образцом «качественной» печати долгое время оставалась лондонская газета «The Times», адресованная кругам государственной и политической элиты, представителям бизнеса, верхушке интеллигенции. Однако по мере развития рыночных отношений, повышения сложности хозяйственного механизма и системы управления экономикой возникла потребность в создании газет, которые предназначались бы для определенной элитной аудитории, включающей в себя представителей финансовых кругов, биржевиков, промышленников, управленцев банковской сферы и страхового бизнеса. Именно для этой категории читателей была предназначена созданная в Лондоне в 1888 г. газета «Financial Times», специализирующаяся на освещении финансово-экономических вопросов и поддерживающая тесные контакты с деловыми кругами лондонского Сити. В следующем году в Нью-Йорке под руководством Ч. Доу и Э. Джонса была учреждена родственная по типу газета -«Wall Street Journal», которая стала надежным источником информирования американских управляющих и финансистов.

Политические и деловые круги США нуждались в осведомленном, влиятельном органе прессы наподобие английской «The Times», который освещал бы не только вопросы экономики и финансов, но и вооружал элитного читателя достаточно полной и объективной информацией о состоянии дел в сфере внутренней и внешней политики, общественной и культурной жизни - информацией, необходимой для ориентации в непрерывно меняющейся обстановке и для принятия обоснованных управленческих решений. Честолюбивый провинциальный издатель А. Оке, выявивший эту потребность, в 1896 г. купил газету «New

York Times», чтобы превратить ее в независимый от правительства источник основательной, систематичной информации о положении дел в стране и на международной арене.

Газета должна была превратиться в своего рода энциклопедию новостей, сообщающую обо всех значимых (с точки зрения редакции) событиях, вооружающую солидного читателя объективными фактами и документами. Оке нацеливал сотрудников редакции на сбор такой информации, которая игнорировалась другими изданиями, но была способна привлечь к газете внимание представителей деловых кругов, государственной администрации, верхушки интеллигенции. Стремление выпускать «энциклопедию новостей» обусловило появление объемной, весьма содержательной, газеты, которая не опасалась оттолкнуть от себя аудиторию обилием цифр, документов, статистических данных. В огромной массе сведений, помещенных в многостраничном номере «New York Times», был способен ориентироваться лишь образованный, хорошо подготовленный читатель - представитель элиты.

Газета завоевала репутацию хорошо информированного, респектабельного органа информации, посвященного в хитросплетения политических и экономических проблем. К мнениям и оценкам, высказываемым в редакционных статьях и других публикациях «New York Times», были вынуждены прислушиваться американские и зарубежные политики, представители деловых кругов. Оценивая общественно-политическую роль этой газеты, американский исследователь и критик прессы Н. Хомски назвал ее нью-йоркской «Правдой». Новая «качественная» газета не была чужда новшеств. Так, стремление обеспечить фактическую точность публикуемых сообщений заставило редакцию завести развитую, систематически организованную службу документации - своего рода прообраз современного банка данных, откуда журналисты могли оперативно получить необходимый им справочный материал и документы (например, биографические сведения о политиках и бизнесменах, экономическую и политическую статистику, тематические подборки газетных вырезок и фотоиллюстраций). Впоследствии наличие этой службы помогло редакции неоднократно опережать конкурентов в оперативности и полноте информирования. И в наши дни «New York Times» продолжает быть газетой, подготовленной к сверхоперативному отражению мировых событий. К примеру, служба документации редакции имеет заранее заготовленные некрологи на всех крупнейших политиков и выдающихся людей современного мира с обстоятельным перечислением основных этапов их биографии и свершений. В случае смерти такого человека подготовка некролога к опубликованию занимает считанные минуты.

Газета «New York Times» располагала (и располагает сейчас) хорошо организованной рекламной службой, которая превратила это издание в высокодоходное предприятие. В последние десятилетия, когда «New York Times» стала доминирующим изданием среди ежедневных газет мегаполиса Нью-Йорка, ее содержание и методы подачи информации претерпели трансформацию. Чтобы сохранить сегодня свое монопольное положение на многообразном и чрезвычайно богатом нью-йоркском рынке газетной рекламы, она обязана сочетать в своей деятельности признаки «качественного» и «массового» издания. Развитие периодики по типам изданий, происходившее в XVII-XГX вв., способствовало формированию основных типов газет и журналов. Процесс типологической эволюции прессы, продолжившийся в первой половине XX в.,

привел к формированию современной системы устоявшихся типов изданий, адаптированной к условиям рыночной среды.

Таблоиды. Газеты небольшого (таблоидного) формата выходили и в XIX веке, но при этом не делалось различия между такого рода изданиями и другими газетами. Таблоид как явление «массовой» сенсационной прессы и тип издания появился на рубеже веков.

В США расцвет сенсационной таблоидной прессы пришелся на двадцатые годы, после старта в 1919 г. в Нью-Йорке первого крупного таблоида «Illustrated Daily News», созданного Паттерсоном и Маккормиком (слово «Illustrated» впоследствии было исключено из названия этой газеты). Таблоид быстро превратился в самую высокотиражную газету: в 1930 г., несмотря на последствия экономического кризиса, он имел беспрецедентный тираж - полтора миллиона экземпляров. Успех «Daily News» на газетном рынке побудил издателей-

конкурентов внимательнее отнестись к английскому изобретению - таблоиду. В 1924 г. Херст внедряет на газетный рынок Нью-Йорка свой таблоид - «Daily Mirror», «позаимствовав» у английского прототипа не только издательскую модель, но и название. Несколькими месяцами спустя в конкурентную борьбу межу таблоидами вмешался издатель Макфадцен, который предложил аудитории свою газету того же типа - «Daily Graphic».

В начале века определились характеристики таблоида как газеты для жителей городов с их лихорадочным ритмом жизни, не оставляющим достаточного времени для обстоятельного чтения прессы. Первоначально издатели таблоидов отказывались от рассылки газет по подписке, прибегая к агрессивной манере распродажи тиража через уличных распространителей. Небольшую по размерам, легко доступную газету было удобно читать в трамвае, метро, баре и пр. Многостраничность таблоида создавала у читателя выгодное (хотя и ошибочное) впечатление, будто ему предлагается больше информации по сравнению с газетой обычного формата. На меньшей по размеру газетной полосе не терялись в обшей массе рекламы публикуемые объявления, особенно небольшие, что привлекало рекламодателей. Таблоиды представляли собой многообещающее средство рекламы, обращенной к массовому потребителю. Однако рекламные агентства не могли размещать в них пространные коммерческие объявления, поскольку такого рода реклама не помещалась на небольшой газетной полосе. При выпуске таблоидов усложнялись задачи газетных дизайнеров и верстальщиков, которым приходилось оперативно форматировать и верстать большое количество маленьких полос. Содержание таблоидов, подстраивающихся под уровень читателей, наименее развитых в интеллектуальном и культурном отношении, сводилось преимущественно к публикациям сенсационного и скандального характера. Многие современники называли их «газетенками» - и не только из-за небольшого формата. Для таблоида характерно обилие иллюстраций, развлекательных материалов (включая юмористические тексты и рисунки, комиксы), использование вызывающих «нестандартных» заголовков, шокирующих крупных «шапок» на первой полосе. Так, в 1930 г. иллюстрации занимали в среднем 40% площади американских таблоидов - и только 25% площади газет обычного формата. Каждая из полос (или пара соседних полос) «классического» таблоида была специализирована по тематике, центральные полосы (разворот) обычно были заполнены иллюстрациями.

Вымысел и домысел, слухи и скандалы, обычные для таблоидных газет, были призваны увлечь и развлечь обывателей. «Я даю им то, что они требуют», - заявил изобретатель таблоида Хармсуорт (получивший впоследствии титул лорд» Нортклифа). С целью привлечения внимания читателя (главным образов представляющего «низшие классы» общества) таблоиды обильно оснащались текстовыми материалами и иллюстрациями, эксплуатирующими социальные стереотипы (национальные, расовые, половые и пр.), бытующие в массовом сознании, а также сексуальные инстинкты аудитории. Не удивительно, что понятие «таблоид» стало синонимом сенсационной скандальной прессы для невзыскательного читателя. Впоследствии по аналогии с таблоидными изданиями появились понятия «таблоидная журналистика», «таблоидное телевидение», отождествляемые с откровенно шокирующими, этически спорными видами журналистской деятельности.

Англоамериканская таблоидная пресса вызвала многочисленные подражания в Европе, Азии и Латинской Америке. Так, в Двадцатые-тридцатые годы тип таблоидного издания внедряется в Мексике, Бразилии, на Кубе. В Гаване были созданы по американскому образцу таблоиды «La Prensa» («Пресса») и «La Voz» («Голос») - предельно дешевые газеты (стоимостью в 1 сентаво), имевшие массовое распространение благодаря скандальному характеру своих публикаций и постоянному освещению так называемой «красной хроники» - криминальных историй во всех их неприглядных подробностях.

1. Учебная дисциплина. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИ

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 2. Типология печатных СМИ

Тема 2.2. Типология прессы: российская специфика

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Типология прессы: российская специфика; революция 1905 г. и появление партийной прессы, издания И.Д. Сытина и А.С. Суворина,	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 2.2. Типология прессы: российская специфика

Система российских СМИ

Система журналистики формировалась исторически, на протяжении нескольких веков. Журналистика развивалась с учетом изменений социально-политической жизни и характера аудитории, с прогрессом технических возможностей массовой коммуникации. В рамках отдельного государства система журналистики считается сформировавшейся, если:

1. Широко и полно используются специфические возможности различных типов СМИ — печати, телевидения, радио, которые предстают перед потребителем в виде большой совокупности изданий и программ.

2. Любой социальный институт, общественная организация, отдельные граждане могут осуществить свое желание выступить учредителем какого-либо издания или программы. Важно, чтобы на информационном рынке были реально представлены все социальные силы.

3. На рынке СМИ каждый потребитель может выбрать для себя ряд источников информации, которые отвечали бы его запросам, и обеспечивали его всей необходимой информацией.1

При соблюдении этих условий система журналистики заполняет все информационные ниши. При этом отношения между разными органами СМИ, находящимися в одной нише могут носить различный характер: от сотрудничества и взаимодополнения до острой конкуренции. Вся совокупность действующих СМИ подразделяется на типы. Типология помогает понять место изданий в системе СМИ, способствует их взаимодействию или конкуренции, определяет особенности деятельности, обеспечивает оптимальную реализацию информационной политики, незаменима при проведении маркетинговых исследований. Основными типообразующими признаками СМИ в учебном пособии «Система средств массовой информации России» названы: характер аудитории, предметно-тематическая направленность, целевое назначение, время выхода, периодичность.2

По характеру аудитории выделяются следующие основные типы изданий, теле- и радиопрограмм:

– международные;
– общероссийские;
– межрегиональные;
– территориальные (областные, краевые, городские, районные);

– этнических общностей;
– профессиональных групп;
– возрастных групп;
– для женщин и мужчин;
– для верующих.
По предметно-тематической направленности:
– универсальные;
– специализированные.
По целевому назначению:
– художественные;
– публицистические;
– развлекательные;
– научные;
– рекламные;
– информационные.
По времени выхода: утренняя, дневная, вечерняя, ночная — для теле-, радиопрограмм; утренняя, вечерняя — для газет.
Периодичность: ежедневная, еженедельная, ежемесячная и т. п.
Для каждого государства характерна своя типологическая структура СМИ. Например, на Западе растет количество качественных газет, что вызвано увеличением класса "белых воротничков". Идет снижение интереса к бульварной прессе: сокращение тиражей, уменьшение числа изданий. В США желтую прессу заменяют мужские и женские журналы.
Типологическую структуру СМИ России определяют следующие факторы.
1. Политический. Еще совсем недавно на повестке дня был актуален вопрос о сверхполитизации российской прессы, которая находилась под влиянием противоборствующих политико-экономических группировок. В настоящее время наблюдается тенденция к усилению роли государства в формировании информационной политики значимых во всероссийском масштабе СМИ. Стремящуюся во власть бизнес-элиту должен остудить горький пример медиа-холдингов Б. Березовского и В. Гусинского.
2. Экономический. Рыночная экономика в сфере СМИ развита недостаточно мощно. Большинство газет, теле- и радиоканалов существуют за счет внешней административной или спонсорской подпитки. Это сводит на нет здоровую конкуренцию — благосостояние зависит не от популярности у аудитории, а от умения ладить с владельцами.
3. Техногенный. Слабое техническое обеспечение редакций, в особенности — региональных, что снижает эффективность и интенсивность их работы.
4. Профессиональный. Утверждение новой русской журналистики на сломе старых идеологических парадигм имело и негативные последствия. Свобода слова оборачивалась свободой от этических и моральных норм, элементарных журналистских знаний и навыков. Бурный рост числа СМИ привел к нехватке кадров и падению профессионального уровня. В постсоветской России значительно выросло количество и оперативность информации, но ее обработка производится на низком уровне.
Среди названных факторов главенствует первый - политический, ибо в России по-прежнему многое, в том числе, разумеется, и система средств массовой информации, зависит от политического климата. В этой связи большой интерес представляют исследования И. Засурского. В них выделено несколько типов российской медиасистемы на различных этапах истории государства - от "пропагандистской машины" времен застоя и "четвертой власти" первой половины 90-х гг. XX века до "медиаполитической системы" второй половины 90-х. В последнюю пятилетку века политические медиа-холдинги играли роль эрзац-партий: обеспечивали информационную поддержку определенных политических сил, осуществляли связь с электоратом, лоббировали те или иные решения. Следует отметить, что медиаполитическая система была уже, нежели информационная система в целом, ее

индикатором служило наличие политизированных инвестиций. Медиаполитическая структура имела три основных уровня:
1. Электронные всероссийские СМИ, формирующие единое информационное пространство страны и находящиеся в собственность либо государства, либо политизированного капитала. Условно к этой же группе относились качественные издания, т. н. "газеты влияния". И. Засурский утверждал, что ТВ черпает из газет информационную и аргументационную базу для последующего широкого распространения в массовой аудитории.
2. Коммерческие печатные и электронные СМИ межрегионального и регионального охвата. По большому счету далекие от политики, но. если это необходимо, готовы политизироваться в расчете на финансовую выгоду.
3. Региональные электронные и печатные СМИ, находящиеся под контролем местных администраций.
В качестве дополнительного уровня исследователь называл интернет, используемый тогда как место для выброса компромата, откуда он попадал в традиционные СМИ.3
Однако с "неформальной национализацией" СМИ, которой отмечено президентское правление В. Путина, медиаполитическая система прекратила свое существование. В обществе усилилась роль государственных СМИ и интернета. На медийном поле борьба политически ориентированных медиа-холдингов стала историей. По мнению И. Засурского, нарастает принципиально новое противостояние между традиционными СМИ и интернетом: "Сеть представляет собой самиздат в режиме реального времени, который уже на световые годы ушел вперед ритуального содержания как электронных итак и печатных СМИ".
Типология печатных СМИ
Печать - наиболее древняя подсистема журналистики, зачаточные формы которой можно отыскать среди пражурналистских явлений. Они характеризуются ограниченным и непостоянным распространением изданий, адресованностью узкой аудитории, отсутствием печатной техники, позволяющей быстро тиражировать продукцию. Проведем небольшой исторический экскурс. В Древнем Египте при дворе фараонов выходила газета в виде папирусных свитков. В Древнем Риме Юлий Цезарь учредил рукописные сводки новостей «Комментариус рерум новарум» ("Записки о новых событиях"). Они просуществовали в течение нескольких веков (1 в. до н. э. – 4 в. н. э.). Сообщения писались на покрытых гипсом досках и вывешивались в публичных местах, а так же рассылались по городам и провинциям Римской империи.
Пока не была изобретена печатная техника, пресса была рукописной. Так, в России в течение 17 века при царском дворе выходили рукописные «Куранты» (в переводе с франц. – "текущий") с периодичностью – 2 – 4 раза в месяц, в 2 – 3 экземплярах. Предназначались они только для царя и приближенных, т. е. были, по сути, секретными. В Японии газеты выпускали, делая оттиски с обожженных глиняных досочек. Самая старая из таких газет датирована 1615 годом. Называлась она «Иомиури каварабан» ("Читать и передавать оттиск"). Само слово "газета" пришло из средневековой Венеции. Так называлась монета, за которую в городе каналов можно было купить сводку новостей.
Появление первых полноценных печатных газет в Европе относится к началу 17 века, что было связано с развитием буржуазных отношений.
1609 – Германия. Avizo Relation, Oder Zeitung и Relation Adler
1622 – Англия. Weekly News.
1633 – Франция. Gasette
А в 1655 во Франции увидел свет первый журнал Journal des Savants ("Дневник ученого"). Эти издания были ориентированы на деловые круги: информация о ценах, торговых путях, международных отношениях.
В России первая газета «Ведомости» стала выходить в 1703 году по указу Петра I. Любопытно, что на западе первые газеты были коммерческого характера, то у нас «Ведомости» были газетой пропагандистской, издаваемой самодержцем с целью продвижения государственных реформ.

Плюсы печати:
– возможность быстрого ознакомления со всем массивом материалов, вошедших в номер;
– возможность отложенного чтения – до удобного времени;
– возможность воспринимать информацию в индивидуальном темпе (перечитывание, хранение).
Минус печати:
– недостаток оперативности;
– отсутствие непосредственной интерактивности;
– дороговизна.
Классификация печатных СМИ (газет и журналов) возможна по многим параметрам. С. Корконосенко предлагает следующее деление периодики:
– по региону распространения (транснациональная, национальная, региональная, местная пресса);
– по учредителю (государственная и негосударственная пресса);
– по аудиторной характеристике (возрастной, половой, профессиональный, конфессиональный признаки);
– по издательским характеристикам (периодичность, тираж, формат, объем);
– по легитимности (с точки зрения наличия разрешения на издательскую деятельность);
– по содержательному наполнению (качественная и массовая).1
Л. Реснянская отмечает, что наиболее распространенным и актуальным является деление печатных изданий на универсальные и специализированные.
Универсальные реализуют модель "для всех обо всем". Это издания, реализующие все базовые функции СМИ и охватывающие все сферы общественной жизни. Специализированные издания могут иметь модели:
– "для всех не обо всем" (тематическая профилизация прессы - "Спорт-Экспресс", "СПИД-инфо", "Финансовая Россия");
– "не для всех не обо всем" (ограничение аудитории и тематики – профессионально-отраслвые, женские, мужские, детские).
Помимо этого Л. Реснянская выделяет издания смешанного типа, объединяющие черты универсальных и специализированных: "обо всем для единомышленников" (партийные газеты - "Советская Россия", "Лимонка" и др.) 2
Лидеры общероссийского рынка относятся к первой модели, к универсальным изданиям. Это "Аргументы и Факты", "Московский Комсомолец", "Комсомольская правда", имеющие ряд общих черт. У них советское происхождение, на организационном уровне нет связи с государственными институтами, информационная политика строится на принципах независимости. Особенности этих изданий заключаются в следующем. В информационной политике "АиФ" наиболее заметно стремление быть доступной каждому. Это канонический образец массовой газеты, избегающей четкой политической позиции, перенасыщенной прикладными материалами, предпочитающей широко известных героев. По тональности газета проста и комфортна, максимально приближена к кругу повседневных забот обывателя. "МК" имеет более широкую информационную географию (СНГ, мир), содержит меньше утилитарной информации. Балансирует на грани "газеты новостей" и "газеты сенсаций", не чурается политических игр. "КП" похожа больше на "МК" – та же балансировка между качественной и бульварной прессой. В целях повышения конкурентоспособности предложила "толстушку" – "газету, которую можно читать всю неделю", использующую модель газеты выходного дня: позитив, культура, личные интересы, обратная связь с читателем.
90-е годы минувшего века в России были ознаменованы значительными изменениями в типологии периодической печати. Назовем основные тенденции в трансформирующемся лагере газет и журналов.
Самым ярким явлением стал бум рекламной прессы. Во второй половине 90-х каждая четвертая новорожденная газета относилась к этой категории. Их отличие – огромные тиражи (тираж московской газеты "Все для Вас - Столица" - 100 тыс. экземпляров, тиражи

екатеринбургских рекламно-информационных изданий "Наша газета, "В каждый дом", "Ва банкъ" в 1998 – 99 гг. составляли от 325 до 250 тыс. экземпляров). Рост числа рекламных изданий негативно сказывается на прочей прессе, так как рекламные листки "похищают" рекламодателей у прочих изданий..
Значительно повысился интерес к местной прессе. В основе этого процесса лежит ряд причин: усиление самостоятельности регионов; заинтересованность местной элиты в информационной поддержке; наличие в развитых регионах материально-технической базы для развития собственных СМИ; способность региональных журналистов лучше учитывать исторические, культурные, национальные традиции своей аудитории.
Свое прочное место на газетном рынке заняли бульварные издания. Еще какое-то десятилетие назад полностью отсутствующие как тип, сейчас они обгоняют по тиражам большинство серьезных изданий. Желтая пресса имеет свою собственную типологию - от "универсальной" бульварщины, предлагающей сплетни и дутые сенсации из любых сфер жизни ("Экспресс-газета", "Желтая газета"), до специализированной, посвященной какой-либо одной области - криминалу ("Вне закона", "Криминальная хроника"), эротике ("Speed-инфо", "Интим"), чертовщине ("Оракул") и т. п.
Формирование рыночных отношений привело к образованию экономических газет и журналов (продукция издательского дома "Экономическая газета", семья "КоммерсантЪ", "Финансовая Россия").
На журнальном рынке рубежа веков наблюдался полный упадок "толстых" журналов, рост интереса к политико-экономическим еженедельникам ("Деньги", "Власть" издательского дома "КоммерсантЪ"; "Эксперт", "Профиль", "Итоги"), возникновение и признание аудиторией "телегидов" ("Телепарк", "Семь дней", "Телесемь"), укрепление позиций глобальных журнальных брендов ("Cosmopoliten", "Playboy", "Burda", etc).
3. Типология телевидения
Телевидение - от греч. "tele" – "далеко" и "viseo" – "вижу". В СССР Центральная студия телевидения была создана в 1951 году. В силу специфики телесигнала, распространяющегося при помощи коротких волн, телевидение долгое время оставалось "локальным". Его шествие по стране началось с появлением радиорелейных линий, первая из которых - "Москва - Киев" - была проведена в 1960 году. 1962 год был ознаменован отменой абонентской платы за телевидение. В 1967 году вступила в действие постоянная космическая связь - система "Орбита". Тоталитарному характеру государственного устройства соответствовала централизация телевидения. Появившееся в верхах мнение об идеологической нерентабельности регионального ТВ, привело к тому, что в 70-е гг. был закрыт ряд местных студий. К середине 80-х гг. в СССР 40% административных центров не имело своего телевидения. "Беды телепублицистики и телекино, накапливавшиеся год от году…, ко второй половине 80-х уже осознавались не как отдельные недочеты, но, скорее, как законченная система противодействия развитию телевизионного творчества, всякой свежей идее и просто здравому смыслу, " - пишет видный отечественный телеаналитик С. Муратов.1 Постсоветский период в развитии отечественного телевидения был отмечен кардинальными переменами, мощным всплеском творческой и организационной активности. В настоящее время ТВ занимает ведущее положение в системе СМИ.
Плюсы ТВ:
· оперативность (прямой эфир);
· максимальный эффект присутствия, усиливающий ощущение достоверности у зрителя;
· условно бесплатное получение информации.
Минус ТВ:
· принудительность - передачу можно смотреть в тот момент, когда она демонстрируется.
Классификация современного ТВ осуществляется по следующим параметрам:
1. По способу трансляции:
· эфирное (распространение сигнала от телевышки до приемника);
· спутниковое ("НТВ+", "Космос-ТВ");

· кабельное (московское "КТВ-1").
2. По типу деятельности:
· вещательные структуры ("Первый канал"); как правило, они универсальны: в том числе заняты производством программ;
· программопроизводящие ("Вид");
· дистрибьюторские.
3. По охвату аудитории:
· общероссийское ("РТР");
· межгосударственное ("Первый канал");
· региональные (ВГТРК "Регион-Тюмень");
· местные (ТК "Ладья").
4. По специализации программ:
· общие (ВИД);
· специализированные ("Воен ТВ").
5. По форме собственности:
· государственные ("РТР");
· негосударственные ("СТС", Ren-ТВ").
4. Типология радио
Радио от лат. "radiare" – "излучать, испускать лучи". Радио становится важным каналом распространения массовой информации в 20-е гг. XX века. Большевистская власть видела огромный пропагандистский потенциал радио. Декретом Совнаркома "О радиостанциях специального назначения" от 1923 года ставилась задача развития радиовещания. Год спустя было создано акционерное общество "Радиопередача". 23 ноября 1924 года началось регулярное, как тогда говорили, "широковещание" - в эфире прозвучал первый выпуск "Радиогазеты РОСТА".
Существует два вида радиовещания: эфирное, для распространения которого используются радиоволны, и проводное, для распространения сигнала используются провода. Именно проводное радио получило широкое распространение в СССР, что позволяло транслировать центральное вещание на всю территорию государства.
Плюсы радиовещания:
· возможность восприятия «чистого» звука – ситуация, когда слушатель не делит свое внимание к звуку с тем, что его сопровождает – с визуальным рядом;
· активизация воображения слушателей;
· возможность прямого эфира, оперативность, интерактивность;
· условно бесплатное получение информации.
Минусы:
· принудительность радиовещания – передачу можно слушать в то время, когда она выходит в эфир;
· предрасположенность к использованию радиовещания в качестве фона, что ведет к значительным потерям информации.
Современную отечественную структуру радиовещания можно классифицировать по следующим признакам:
1. По типу собственности выделяются две большие группы:
· государственные радиостанции ("Радио России", "Маяк", региональные ГТРК);
· коммерческие радиостанции (В 1998 году в России их насчитывалось более тысячи. На первом этапе развития в их создании участвовали зарубежные партнеры. Франция – "Европа+", "Ностальжи", "М-радио"; США – "Максимум", "Радио 7. На семи холмах". В регионах коммерческие радиостанции разделяют на франчайзинговые и местные. Франчайзинговые станции – ретрансляторы столичных (как правило) крупных станций, которые платят за прием сигнала и выдают в эфир передачи местного производства. Отношения между головными станциями и ретрансляторами могут быть и очень жесткими ("Европа+", "Радио-Сити"), и либеральным ("Русское радио").

2. По охвату аудитории назовем:
· общенациональные ("Радио России", "Русское радио", "Маяк", "Европа+");
· региональные (краевые, областные, крупные города);
· локальные или местные (небольших городов, поселков, районов).
3. По тематической направленности:
· универсальные, включающие широкий спектр информационных, аналитических, художественных, развлекательных программ ("Радио России", "Маяк");
· информационные, главным компонентом программ являются выпуски новостей ("Эхо Москвы");
· музыкальные станции.
5. Инфраструктура СМИ
Для нормального функционирования печати, радио, ТВ необходимо существование обширной инфраструктуры (от лат. "infra" – "под, ниже" + структура). Это система жизнеобеспечения журналистики. Е. Прохоров предлагает следующую точку зрения на составляющие части инфраструктуры.
Информационные службы:
информационные агентства
пресс-центры;
PR-службы;
рекламные агентства.
Техническая часть инфраструктуры, которую составляют:
предприятия полиграфии;
технические центры ТВ и радио;
предприятия связи;
организации, занимающиеся торговлей и распространением прессы
производители теле- и радиотехники, бумаги, оргтехники, технических средств для СМИ.
Система работы с кадрами, в которую входят:
факультеты и отделения журналистики;
различные семинары и курсы повышения квалификации;
творческие союзы журналистов.
Организационно-управленческая структура, которую возглавляет Министерство по делам печати, телерадиовещания и средств массовой коммуникации.1
Е. Вартанова называет только два уровня инфраструктуры.
1. Сектор производства содержания, которое распространяется посредством каналов СМИ. Это информационные агентства, студии звукозаписи, производители телепрограмм, видео- и киностудии.
2. Сектор привлечения финансов. Это рекламные агентства и PR-агентства, материалы которых также составляют важную часть содержания СМИ.2
Ближе всех к "трем китам" СМИ - печати, телевидению и радио - находятся информационные агентства, т. к. они тоже заняты созданием массовой информации. Их основное отличие в том, что они не выходят непосредственно на аудиторию, а используют в качестве посредников печатные и аудиовизуальные СМИ. Кстати, агентства возникли раньше газет. В "допечатный период" сбором информации для различных политических и экономических ведомств занимались специальные службы. Позже, из работников этих служб формировались штаты первых изданий – как, например, французской "Gasette".
Крупные информационные службы возникли в середине 19 века, когда сложилась массовая ежедневная пресса. Стало очевидным, что газетчики не могут своими силами добывать необходимый объем информации, особенно зарубежной. Агентства помогли решить эту проблему, используя телеграф для поставки одних и тех же сообщений в различные СМИ. Созданное тогда агентство Рейтер существует до сих пор и входит в ряд влиятельнейших мировых агентств. Первоначально агентская информация носила событийный характер. По мере развития журналистики ее характер расширялся. Стали появляться развернутые

сообщения и комментарии. Технический прогресс позволил распространять фотоснимки и графическую информацию. Рост авторитета некоторых агентств привел к появлению эксклюзивной информации, которая предназначается не для всех подписчиков, а подготавливается по специальному заказу редакции только для нее.
В России первое информационное агентство было создано в 1866 году – РТА (Российское телеграфное агентство). Сообщения принимались из-за рубежа, проходили цензуру в Министерстве иностранных дел и далее рассылались подписчикам по телеграфу. После революции был создан единый информационный орган – РОСТА. В 1925 было образовано ТАСС (Телеграфное агентство Советского Союза). Длительное время оно оставалось единственным источником официальной информации. В 1961 г. было создано еще одно официальное агентство – АПН (агентство печати "Новости"). По меткому определению авторов учебного пособия "Система СМИ России" оно было "витриной социализма"3, распространяло информацию среди зарубежных подписчиков. ТАСС специализировалось на новостях, АПН – на репортажах, интервью, аналитических материалах. В 1992 году на базе АПН было организовано РИА "Вести" (российское информационное агентство "Вести"). В 1989 на свет появилось еще одно информационное агентство - Интерфакс, одно из крупнейших в России на сегодняшний день. Интерфакс – холдинг, состоящий из 15 отдельных компаний (в том числе дочерние Интерфакс-Европа, Интерфакс-Германия, Интерфакс-Америка; Интерфакс-Евразия, Интерфакс-Украина, Интерфакс-Запад – Белоруссия). Сначала Интерфакс ориентировался на иностранных дипломатов, специалистов, журналистов, которых не удовлетворяла официальная информация.
В настоящее время в инфраструктуре СМИ присутствуют следующие типы агентств.
1.Универсальные, которые собирают, обрабатывают и распространяют информацию по широкому спектру тем. К универсальным относятся мировые агентства: Ассошиэйтед Пресс, Франс-пресс, Рейтер, ИТАР-ТАСС.
2.Специализированные.
– по тематике (АЭН - агентство экономических новостей, «Агентство деловой информации»: клиентами таких агентств помимо СМИ являются деловые структуры;АСИ – агентство социальной информации, РАСИ – российское агентство социально-экономической информации, РЭФИА – Российское экологическое федеральное информационное агентство; Интермедия – музыка и кино; Интералекс – правовая информация; Христианское агентство)
– по характеру распространяемой информации (агентство "Публицист" выпускает статьи крупных специалистов и публицистов)
– по способу распространения информации: (телеграф, интернет, спутниковая связь, почта (вестники РИА "Вести"), электронные способы (Интералекс на CD-ROM).
Пресс-центры создаются при различных ведомствах, крупных фирмах, общественных организациях. В функции их сотрудников входит консультации работников СМИ, помощь в установлении контакта с подразделениями ведомства, снабжение СМИ информацией о деятельности своего ведомства, в том числе подготовка пресс-релизов, сбор и обработка материалов, качающихся сферы компетенции «хозяина» или затрагивающих его интересы. Пресс-центры могут создаваться временно – на момент крупных мероприятий: политических форумов, спортивных мероприятий. Временные пресс-центры заняты аккредитацией журналистов, выпуском пресс-релизов, сбором информации и подготовкой публикаций.
PR-службы близки по своим функциям к пресс-центрам. Однако в их работе есть и своя специфика. Они должны не только налаживать контакты, но и создавать имидж заказчика. Помимо СМИ в PR-компаниях широко используются плакаты, листовки, значки, организовываются встречи, поездки и прочие PR-акции.
Рекламные агентства занимаются изготовлением рекламы и ее размещением, проведением комплексных рекламных кампаний, разработкой товарных знаков и фирменного стиля, посреднической деятельностью между рекламодателем и СМИ.
Техническую часть инфраструктуры составляют предприятия полиграфии, технические центры ТВ и радио, предприятия связи, организации, занимающиеся торговлей и

распространением прессы, производители теле- и радиотехники, бумаги, оргтхники, технических средств для СМИ.
В систему работы с кадрами входят факультеты и отделения журналистики, различные семинары и курсы повышения квалификации, творческие союзы журналистов.
Организационно-управленческая структура возглавляется Министерством печати и других СМИ и другие институты, регулирующие деятельность СМИ.
Контрольные вопросы
Назовите критерии сформировавшейся системы СМИ.
Каковы основные типообразующие признаки СМИ?
Какие факторы влияют на формирование российской системы СМИ?
В чем заключаются плюсы и минусы печати как канала СМИ?
Какие параметры классификации печатных СМИ вы можете назвать?
В чем заключаются плюсы и минусы телевидения как канала СМИ?
Назовите параметры классификации ТВ?
В чем заключаются плюсы и минусы радио как канала СМИ?
По каким признакам классифицируют радио?
Для чего служит инфраструктура СМИ?
Какие организации представляют информационные службы инфраструктуры СМИ?

1. Учебная дисциплина. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИ

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 3. Основы подготовки и редактирования материалов для печатных СМИ
Тема 3.1. Основы подготовки текстов для газет и журналов

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основы подготовки текстов для газет и журналов (новостная заметка, репортаж, интервью); новые формы предоставления контента в печатных СМИ	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 3.1. Основы подготовки текстов для газет и журналов

Этапы в творческом процессе Исследования творческого процесса связаны с выделением различных его стадий (акты, ступени, фазы, моменты и т.п.). Различные классификации этапов, предложенные многими авторами, имеют следующее содержание. Первый этап (сознательная работа) – подготовка, особое деятельное состояние, являющееся предпосылкой для интуитивного проблеска новой идеи. Второй этап (бессознательная работа) – созерцание, бессознательная работа над проблемой, инкубация направляющей идеи. Третий этап (переход бессознательного в сознание) – вдохновение; в результате бессознательной работы в сферу сознания поступает идея изобретения, открытия (сначала в гипотетическом виде). Четвертый этап (сознательная работа) – развитие идеи, ее окончательное оформление и проверка.

Процесс журналистского творчества. Первый этап: формирование замысла журналистского текста. Творческий замысел и выбор будущего выступления журналиста. Второй этап: формирование исследовательской гипотезы.

Третий этап: сбор основного материала (проверка гипотезы).

Последний этап: создание журналистского текста. Осмысление информации. Развертывание. Создание адекватной восприятию аудитории структуры (синтактики) текста. Стилистическая отделка текста.

Задумывая некую публикацию, журналист прежде всего должен определить тему. Тема публицистического произведения в газете прямо отвечает на социальный заказ, отклик на актуальные общественные потребности . Социальный заказ может быть обусловлен и редакционным заданием, и потребностями массовой аудитории, и интересами тех или иных социальных групп. Рождение журналистской темы всегда сопряжено с поиском интересного объекта или предмета будущего описания. Каждый журналист вкладывает в данное понятие свой смысл. Для одних темой может стать событие или человек, о котором никто не писал, для других – непознанная проблема, для третьих – интересный жизненный случай или ситуация и т.д. Определившись с темой будущего произведения, журналист приступает к формированию

его замысла. Одни замыслы, например, отклик на конкретное событие, требуют оперативной реализации. Журналист, определив актуальность события, тут же собирает соответствующие факты, а если они уже имеются, уточнив некоторые детали, садится писать заметку. Другие замыслы требуют накопления определенного жизненного материала, его предварительного осмысления, отбора наиболее примечательных ситуаций для раскрытия проблемы, систематизации имеющихся фактов с целью формирования окончательной темы, всестороннего изучения вопроса и т.п. В данном случае замысел может быть скорректирован, уточнен и в итоге приобрести ясные очертания. Как правило, результатом такого замысла становится более крупное произведение, чем заметка. Таким образом, замысел, предваряя всю последующую работу журналиста над будущим произведением, уже на начальных этапах творчества представляет микромодель этого произведения. Выяснив все стороны проблемной ситуации, определив объект и предмет исследования, журналист может приступить к выдвижению гипотез, способных придать замыслу будущего произведения вполне реальные черты. Гипотеза – это предположение о существовании каких-то явлений, о причинах их возникновения и закономерностях их развития. Гипотеза определяется и как процесс мысли, заключающийся в построении определенного предположения и его доказательстве. Выдвижение гипотез необходимо для того, чтобы сделать поиск фактического материала более целенаправленным, а замысел будущего произведения более определенным. Гипотезы могут содержать в себе и суждения журналиста о жизненной ситуации, и его представления об объекте, и предположения по поводу возникновения тех или иных противоречий и т.п. Любая гипотеза может быть подвергнута жизнью серьезной корректировке. И все же они не бесполезны, потому что стимулируют журналиста к проверке его исходных предположений о проблемной ситуации. Гипотезы способствуют расширению диапазона поиска ответов на вопросы, стоящие перед журналистом. Гипотезы, наконец, способствуют конкретизации идеи будущего произведения.

Сбор материала. Источники: статистика, документы, история, база, факты, мнения, аналитически обработанные факты, а также человек, среда, Интернет, официальные (пресс конференция, брифинг).

Методы: наблюдение, эксперимент, интервью.

Создание текста. Композиционное построение журналистского произведения предполагает четкую структурную организацию. В отдельных жанрах публицистики, как, например, в эссе или в очерке, материал выстраивается средствами ассоциативной композиции: с помощью различных планов повествования, эпизодов, авторских ремарок и т.п. В информационных и аналитических жанрах, где основными функциональными целями публикаций являются или сообщение, или анализ, жесткое структурирование материала – творческая необходимость. Обусловлено это и особенностями читательского восприятия: лучше и легче прочитываются те материалы, которые имеют четкую структурную организацию, так как позволяют ориентироваться в пространстве текста, дают возможность вернуться к уже прочитанному. Заголовок – лид – логический мостик – основная часть – логический мостик – заключение. Заголовок – служит для привлечения внимания, является «ключом» для раскрытия темы, максимально лаконичен, но своеобразен. Лид (вступление) – служит для введения в тему, носит лаконичный характер. Должен быть максимально прост и незамысловат. Лид нельзя начинать с названия официальных лиц и событий. Нужно стараться избегать начала лида состоящего из цитат и набора имен. Обычно лид строиться на базе двух-трех фраз. Логический мостик – его цель осуществить переход от лида к основной части. Обычно состоит из одной фразы. Основная часть – включает в себя следующие компоненты: выбор конкретных фактов, соответствующих и подкрепленных соответствующей идеей, их оценка и объяснение (почему так, а не иначе). Логический мостик – его цель осуществить переход от основной части к заключению. Обычно состоит из одной фразы. Заключение – авторская программа вытекающая из рассмотренной проблемы. Основная цель – ненавязчивый характер, дающий возможность потенциальному читателю прийти к определенному выводу. Лаконично

для того чтобы не стать предметом нового повествования. После завершения подготовки всей журналистской информации формируется номер периодического издания.
Первое чтение – прочитать текст целиком. Можно править орфографию, пунктуацию, условн. обозначения. Оценив. выбранную тему, способ ее разработки, композиции,выявить недочеты композиции. При втором чтении – правятся язык, стиль вносятся добавления, сокращения. Правка выполняется карандашом в тексте рукописи. Потом еще раз перечитать текст.Нельзя вносить изменения без согласия автора.
Правка-вычитка – чтение текста насквозь, сличают текст с оригиналом, заслуживающим абсолютного доверия (академеич. издание, прижизненное произведение. Устраняют технич. погрешности, дублирование слов, пропуски. Вопросы транскрипции Вильям или Уильям. Вычитщик обращ. особ. вним-е на написание географич.названий, наименований, имен и фамилий, правльность цитат, единицы измерения, соответствие заголвка тексту, соответствие подписей к фотогафиям. Постановления, доклады. **Правка-сокращение**. – довести рукопись до установленного объёма, сохранив самое принципиально важное. Это уже прямое вмешательство в текст.Учитывать особ-ти его смыслов. структуры, восстановить нарушенные при сокращении связи между частями текста. Два вида: сокращение смысловых блоков, композиционно и синтаксически оформленных, и сокращения внутритесктовые. **Правка-обработка**. Устранение погрешностей в композиции рукописи, фактич. и логич. ошибок, стилистич. и грамматич недочетов. Цель – литературная отделка текста, совершенствование формы, уточнение идеи. Изменения: 1) сокращение или дописывание отдельных фрагментов 2) замена слов и оборотов речи 3) изменение синтаксической структуры, совершенстование композиции. НЕЛЬЗЯ: изменять стиль авторского изложения, его манеру. На основании советов редактор автор сам создает окончать.редакцию текста. 2) лишь в немногих случаях редактор сам обрабатывает всю рукопись, если вавтор слабо владеет словом. При этом редактор постоянно должен обращаться к автору. Иногда редактор сталкивается с протестом автора против внесения изменений. Р-р должен сопровождать правку-обработку комментированием текста. Нельзя впадать во вкусовщину. **Правка-переделка**. Рукописи автров, плохо владеющих литературн.языком. След. стремиться сохранить особенности стиля.Нужно отобрать все факты. 1) Если тема не раскрыа, авторский замысел выражен нечетко. Анализ затронутых проблем непоследователен. Между заголовком и содержанием нет соответствия. Построение рыхло. формулировки расплывчаты, обилие логич.ошибок, противоречивых высказываний. 2) не учитывается адрес публикации – возраст, профессия читателя 3) жанр материала не соответствует теме 4) автор плохо владеет лит.формой изложения. Только когда фактич. материал достаточен для создания нового текста. Возможна жанровая трансформация.

1. Учебная дисциплина. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИ

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 3. Основы подготовки и редактирования материалов для печатных СМИ
Тема 3.2. Основы редактирования журналистских тестов

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Редактирование журналистских текстов, задачи редактора отдела, критерии успешности редактирования, типичные ошибки авторов, виды редакторского чтения, приемы редакторской правки, алгоритм быстрого редактирования текстов.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Работа с аудиодорожками и клипами	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 3.2. Основы редактирования журналистских тестов

" Литературное редактирование — это комплексная подготовка текста к публикации. Оно не сводится к простому исправлению «ошибок» в тексте, хотя такое представление о работе литературного редактора можно встретить, к сожалению, и среди студентов массмедийных специальностей. Задача данного раздела учебника — дать представление о литературном редактировании как о целенаправленной, научно обоснованной профессиональной деятельности, включающей в себя серьезные интеллектуальные и технологические навыки.

Научная и учебная дисциплина «Литературное редактирование» появилась в конце 40-х гг. XX века, когда назрела необходимость теоретически осмыслить процесс обработки газетных публикаций и на этом основании выработать единые требования к процедуре правки

1. С тех пор в «Литературном редактировании» сложился круг классических трудов, многократно переизданных и дополненных

2. Эти труды и сегодня лежат в основе многих практических пособий, в которых вместе с тем учитываются последние достижения в области исследования языка.

Как научно-практическая дисциплина литературное редактирование применяет на практике данные фундаментальных филологических дисциплин: лексики, грамматики, стилистики, риторики, теория жанров, теории литературы, текстологии, формальной логики, коммуникативистики и др. наук. В них проблемы литературной обработки текста, как правило, не рассматриваются специально, но многие выводы и положения этих наук

оказываются полезны и при работе редактора с конкретным текстом, и при выработке методики редактирования.

Достижения этих отраслей знания, во-первых, учитываются как критерии оценки различных качеств рукописи, а во-вторых, служат основой профессиональных приемов редакционной работы с произведением, которые ускоряют процесс его подготовки к публикации и повышают качество работы редактора.

Как учебная дисциплина литературное редактирование ставит целью систематизацию критериев оценки текста, профессиональных приемов работы с ним и овладение на этой основе азами профессионального мастерства. Такой подход в известной степени упрощает реальную картину"

" работы с текстом и даже огрубляет ее. Однако такое упрощение не только допустимо, но и плодотворно, поскольку позволяет понять прежде всего суть литературного редактирования и системные связи в самой редакторской деятельности.

В массовой коммуникации редактор работает с автором, готовит текст к публикации от начала до конца, при этом несет ответственность за точность и глубину содержания текста, его соответствие поставленной коммуникативной задаче, за правильность и выразительность языка.

Правка текста (см. рис. IV.B1) всегда осуществляется на уровне его литературной формы, даже когда правится содержание: фактические данные, структура, логическая основа текста. Отсюда и возникло определение редактирования как литературного, что подразумевает комплексный анализ рукописи и ее усовершенствование.

Литературное редактирование (от лат. redactus — приведенный в порядок):

1) анализ текста на предмет соответствия его социальному назначению и интересам, потребностям аудитории;

2) выявление сильных и слабых сторон содержания и формы;

3) постановка и решение задачи максимального улучшения текста путем правки;

4) правка текста.

Рис. IV.B1. Редакторская правка

Задания для самостоятельной работы (или для практической работы в аудитории в присутствии преподавателя) размещены в настоящем разделе непосредственно в параграфах, где описываются соответствующие стороны редакторской работы. Такое расположение заданий поможет обучающимся последовательно и постепенно осваивать приемы редактирования.

В заключительной главе раздела даны тексты для тренировки в комплексной правке, к которой можно будет приступить, изучив содержание предыдущих глав в том порядке, в каком оно изложено в нашем учебнике."

В практике редактирования приняты следующие виды профессионального чтения: ознакомительное, углубленное (аналитическое) и шлифовочное.

Ознакомительное чтение - это знакомство с текстом как целостным речевым произведением. На этом этапе редактор решает, соответствует ли содержание текста поставленной задаче, есть ли в нем новое и интересное для читателя или потенциального клиента, соответствует ли форма текста его содержанию и назначению. Все эти выводы он делает на основе сопоставления содержания текста с тем, что известно ему и предполагаемому читателю по теме из других источников информации и оценки основных качеств текста, о которых шла речь выше.

По технике ознакомительное чтение мало чем отличается от обычного просмотра, скажем, утренней газеты. Можно охватывать взглядом не только отдельные слова, но и целые строки и даже абзацы - читать по диагонали, преследуя цель проследить за общим смыслом, развертыванием содержа-ния, соотношением частей и не концентрируя внимания на отдельных фак-тах, деталях, именах. При ознакомлении с текстом можно делать карандашные пометы в тексте и на полях (например, отмечать непонятные или трудные для понимания

фрагменты, ставить вопросы), которые помогут в дальнейшей работе редактора с автором и его произведением.

Цель ознакомительного чтения - редакторское решение о том, пригоден ли текст в принципе для опубликования.

Важнейший результат знакомства редактора с произведением - это выработка стратегии дальнейших действий: текст может быть возвращен автору на доработку или принят к публикации.

Текст А

Люди пользовались мебельювсегда, Но о том, как выглядели первые кровати, столы и стулья, мы можем судить в основном только по рассказам и рисункам совре-менников. А вот столяр из Обазинского монастыря во Франции 850 лет тому назад сделал такой прочный шкаф для посуды, что он в первозданном виде дошел до наших дней. Это, по свидетельству историков, самый древний предмет мебели в мире.

Древний буфет, правда, совсем не красив и скорее напоминает сундук на ножках.

Запирается он на засов, а потом запирается настоящим амбарным замком. Но если дизайн не устроил бы современных любителей роскошных меблировок, то качество древесины и мастерство работы заставят позавидовать любого. В самом деле - за все прошедшие века своего существования буфет ремонтировался не более пяти раз, и то в чисто косметических целях.

Текст Б

Элегантная тактичность и утонченный консерватизм - вероятно, по этим кри-териям жюри выбрало «горячую десятку» лучших стульев, «стул года» и призеров двух других конкурсов, проводившихся в рамках 23 международной выставки стульев Promosedia в Удино (Северная Италия). За четыре дня журналистам, архитекторам и дизайнерам предстояло оценить 5000 моделей от 200 фирм-производителей с точки зрения эстетики, эргономичности и технологических новаций.

Мечтатели и экспериментаторы демонстрировали полеты своей фантазии во внеконкурсных мероприятиях - таких, например, как выставка «Фантастические стулья» или музыкальное представление «Там, Там, Там» на резонирующих сиденьях.

Начало третьего тысячелетия, похоже, приводит в замешательство творцов моды: непонятно, каким должен быть образ нового человека и вещей, его окружающих.

Верность образцам, ставшим классикой, - таково решение ведущих итальянских дизайнеров (семь из десяти победителей) и их зарубежных коллег.

После ознакомительного чтения следует второй этап работы - углуб-ленное, или аналитическое, чтение. Оно требует предельной концентрации внимания на изучаемом тексте, умения членить его на смысловые части, сопоставлять их между собой, задавать вопросы по существу. Наиболее близкая аналитическому чтению аналогия - это изучение учебной или научной литературы, с той только разницей, что и тогда может происходить непроизвольное ослабление внимания, а редактор должен научиться максимально контролировать процесс чтения.

Анализируя форму и выделяя ее части (слово - предложение - сверх-фразовое единство - текст), редактор оценивает и язык, и содержание. Он сопоставляет связанные по смыслу элементы между собой, с контекстом, формулирует вопросы и замечания на полях, отмечает ошибки, смысловые неясности, расплывчатые формулировки.

Редактор должен стремиться к тому, чтобы для него не осталось в материале ничего непонятного. Именно в ходе углубленного чтения он анали-зирует текст с предметно-логической, структурной, стилистической точек зрения. И каждому из этих аспектов анализа соответствуют свои приемы работы, о которых будет сказано далее. Надо помнить, что в любом фрагменте текста может встретиться неточность или ошибка. Сознательная установка на обнаружение возможной ошибки - профессиональное уме-ние, и реализуется оно во время аналитического чтения. Ошибки и неточ-ности отмечаются в тексте, на полях формулируются замечания, вопросы.

Цель углубленного чтения:
- профессиональная оценка текста с точки зрения того, нужна ли правка.
Теоретически, если при анализе не выявлены недостатки, процесс редактирования может этим ограничиться;

- выработка представления о том, в каких аспектах, как и в каком объеме нужно править текст, если это необходимо; и какой результат может быть достигнут.

Стилистика и литературное редактирование : учебник для вузов / Л. Р. Дускаева [и др.] ; под редакцией Л. Р. Дускаевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 630 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18278-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 545 — URL: https://urait.ru/bcode/545140/p.545 (дата обращения: 03.07.2024).

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

РАЗДЕЛ 1. Этапы развития периодической печати

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Креатив и творчество: понятие, содержание	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Текст в тексте и текст о тексте	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Нарратив: определение и цели	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4.	Дискурс и его языковая упаковка	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Причины возникновения риторики и особенности ее развития в античном обществе.
2. Взгляды на риторику Платона и Аристотеля. Истоки авторитарной теории печати.
3. Выступления выдающихся ораторов античности как образцы ранней публицистики.
4. Первые прообразы газет в Древнем Риме и Китае.
5. Особенности европейской публицистики периода Средневековья и Возрождения.
6. Изобретение И. Гуттенберга и его значение для европейских информационных обменов.
7. Рукописные периодические издания периода Ренессанса как предшественники первых газет.
8. Реформация и ее значение для формирования европейской журналистики.
9. Возникновение цензуры и ее особенности в разных странах Европы.
10. Важнейшие предпосылки появления и особенности первых европейских газет.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия: «Истоки публицистики. Появление первых газет и становление системы печати»

Форма практического задания: дискуссии.

Темы дискусии:

1. Федеральные газеты на современном этапе.
2. Республиканские газеты на современном этапе.
3. Журналы сегодня.
4. Федеральные журналы на современном этапе.

Тема практического занятия: «Истоки публицистики. Появление первых газет и становление системы печати»

Форма практического задания: дискуссии.

Темы дискусии:

1. Республиканские журналы современном этапе.
2. Современные молодежные издания.
3. Современные детские издания.
4. Современные специализированные издания

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1
форма рубежного контроля – Контрольная работа

1. Расскажите о протожурналистике в Древнем Риме.
2. Первые рукописные издания.
3. Становление журналистики в XVII-XIX вв., особенности развития отечественной и зарубежной журналистики.
4. Зарождение и развитие печати в Англии; памфлетная публицистика английской революции 40-х гг. XVII в.
5. Зарождение и развитие журналистики в английских колониях Америки.
6. Печать и публицисты Великой французской революции (1789-1794).
7. Становление отечественной печатной периодики.
8. Отечественные газеты и журналы первой пол. XIX века.
9. Отечественные газеты и журналы второй пол. XIX века.
10. Печатные СМИ России в условиях буржуазно-демократического государства.
11. Печатные СМИ в период первой мировой войны (1914-1918).
12. Печатные СМИ первого советского десятилетия (ноябрь 1917-1927).
13. Печатные СМИ в период Великой Отечественной войны.
14. Печатные СМИ в период «холодной войны», журналистика перестройки и гласности, развитие печатных СМИ в эпоху интернета.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради

которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

РАЗДЕЛ 2. Типология печатных СМИ

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	История фотографии	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Подходы к типологии СМИ; массовая и качественная пресса; западная типология печатных СМИ как адаптация к условиям рыночной среды	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Журналистская и издательская деятельность Д. Пулитцера.
2. Журналистская и издательская деятельность У. Херста.
3. Зарождение процессов концентрации и монополизации печати в конце XIX века.
4. Социально-политические и экономические предпосылки становления журналистики в качестве самостоятельного социального института.
5. Социально-политические и экономические предпосылки возникновения ежедневной качественной прессы.
6. Особенности развития массовой прессы в первые десятилетия XX века.
7. Движение макрейкеров и его значение для развития журналистики.
8. Новые формы и методы в деятельности прессы в первой половине XX века.
9. Типологическое развитие журнальной периодики в первой половине XX века.
10. Особенности журналистского мастерства 9.9. Киша.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия: ***Типология прессы: западная модель***

Форма практического задания: Дискуссия.

Темы дискуссии

1. Современные тенденции развития мировой журналистики.
2. Система СМИ Западной Европы.
3. Система СМИ Восточной Европы.
4. Система СМИ Ближнего Востока.
5. Система СМИ Латинской Америки.
6. Система СМИ США и Канады.
7. Система СМИ Японии, Китая и юго-восточной Азии.
8. Система СМИ Африки и Австралии.

9. Система СМИ ближнего зарубежья.
10. СМИ в условиях перехода к информационному обществу.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия: ***Типология прессы: российская специфика***

Форма практического задания: Дискуссия.

Темы дискуссии

1 Современное состояние региональной журналистики в России.
2 Типологическое разнообразие СМИ Башкортостана.
3 Печатные издания в XXI в..
4 Республиканские газеты сегодня.
5 Общественно-политические периодические издания сегодня
6 .Современные молодежные издания.
7 Современные детские издания.
8 Современные специализированные издания.
9 Современная газетно-журнальная периодика России

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля –Контрольная работа

1. Какие подходы к типологии СМИ вы знаете?
2. Становление типологии печатных СМИ: западная и советская модели.
3. Качественные и массовые издания. Расскажите на конкретных примерах.
4. Партийная пресса первой русской революции.
5. Издательская деятельность И.Д. Сытина.
6. Издательская деятельность А.С. Суворина.
7. Становление советской системы прессы.
8. Печатная пресса России в 1990-х гг.
9. Проблема типологии СМИ в условиях трансформации медиасистемы.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики)

быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

1. Учебная дисциплина. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

РАЗДЕЛ 3. Основы подготовки и редактирования материалов для печатных СМИ

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Анализ истории аудио культуры XX века и ее направлений	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Аудиокультур	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Основы работы с интерфейсом базовых программных продуктов	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4.	Работа с аудиодорожками и клипами	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Особенности редакторской работы в условиях региональных СМИ (на примере СМИ
2. Выдаст преподаватель)
3. Литературное редактирование и сетевые СМИ
4. Способы выражения авторского начала в газетном тексте (на примере региональных
5. печатных СМИ)
6. Современные теории изучения текстов публицистического стиля
7. Редакторский опыт русских писателей для современного редактора (А. С. Пушкин, Л. Н. Толстой, А. М. Горький)
8. Редакторский опыт Л. К. Чуковской для современного редактора
9. Телевизионная речь как объект литературного редактирования
10. Особенности стилистики информационных и публицистических жанров прессы
11. Образная система различных жанров.
12. Стилистика отдельного средства массовой информации в зависимости от его типа.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Тема практического занятия: ***Основы подготовки текстов для газет и журналов***

Форма практического задания: Дискуссия.

Темы дискуссий

1. Принципы и методы сбора информации.

2. Формирование новостного блока издания
3. Работа с информационными поводами
4. Функциональные обязанности сотрудников редакции
5. Иллюстративный материал, используемый в печатных СМИ
6. Визуальные приемы подачи материала в газетах и журналах
7. Современные тенденции газетного дизайна. Шрифтовое оформление.
8. Формирование круга ньюсмейкеров.
9. Структура журналистского текста. Принцип перевернутой пирамиды. Заголовочный комплекс.
10. Официальные и неофициальные источники информации для журналиста. Принципы работы с ними.

Тема практического занятия: ***Основы редактирования журналистских тестов***
Форма практического задания: Дискуссия.
Темы дискуссий

1. Текст как объект литературного редактирования.
2. Значение редакторского опыта писателей и публицистов для современного редактора.
3. Психологические основы редактирования.
4. Логические основы редактирования.
5. Работа над композицией авторского материала.
6. Работа над фактическим материалом.
7. Работа над языком и стилем публикаций.
8. Виды текстов и особенности работы редактора над ними.
9. Виды правки.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3
форма рубежного контроля – Контрольная работа

1. Газетные жанры.
2. Заголовочный комплекс.
3. Газетный репортаж.
4. Типы интервью.
5. Виды лидов.
6. Авторская колонка.
7. Прямое и косвенное доказательство в колонке.
8. Типология собеседников и тематики разговора.
9. Риторические фигуры в газетной тексте.
10. Основы редактирования газетных тестов.
11. Приемы редакторской правки, алгоритм быстрого редактирования текстов

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет

слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. Этапы развития периодической печати

Тема 1.1. Истоки публицистики. Появление первых газет и становление системы печати

Не предусмотрено

Тема 1.2. Развитие печатных СМИ в XX – начале XXI века

Не предусмотрена.

РАЗДЕЛ 2. Типология печатных СМИ

Тема 2.1. Типология прессы: западная модель

Не предусмотрено

Тема 2.2. Типология прессы: российская специфика

Не предусмотрено

РАЗДЕЛ 3. Основы подготовки и редактирования материалов для печатных СМИ

Тема 3.1. Основы подготовки текстов для газет и журналов

Не предусмотрено

Тема 3.2. Основы редактирования журналистских тестов

Не предусмотрено

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ И ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕДИА

Направление подготовки
«42.03.02 Журналистика»

Направленность
«Журналистика»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г..

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При

неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос — это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
Раздел 1. ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПАРАДИГМЫ МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТА	
Тема 1.1. Традиционные подходы к изучению медиаменеджмента	Субъект и объект медиаменеджмента. Дефиниции медиаменеджмента. Классический и инновационный подходы к управлению предприятием массмедиа. Парадигма стратегического медиаменеджмента.
Тема 1.2. Современные подходы к изучению медиаменеджмента	Технологично-инновационные теории. Теории медиапотребления и медиапользования. Ситуационные теории и теории эффективности. Политэкономические теории. Организационные теории. Теории лидерства. Теории мотивации и удовлетворенности. Теории управления креативом. Теории менеджмента предпринимательства.
Раздел 2. СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ МАССМЕДИА	
Тема 2.1. Организация работы ТВ и радио	*Структура российского медиарынка. Основные российские медиахолдинги и медиагруппы. Понятие и характеристики медиахолдингов. Активы российских медиахолдингов и медиагрупп. Ключевые типы инвесторов медиахолдингов. Формы собственности медиахолдингов. Организационные структуры медиахолдингов.*
Тема 2.2. Организация работы печатных и онлайн изданий	*Функциональное разделение труда и кооперации. Управление вещательными медиаактивами. Специфика организации деятельности телевизионных компаний. Специфика организации*

	деятельности радиокомпаний. Специфика организации деятельности продакшн-студий. Управление онлайн-медиаактивами

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации

могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПАРАДИГМЫ МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТА

Тема 1.1. Традиционные подходы к изучению медиаменеджмента

Вопросы для самоподготовки:

1. Опыт классификации СМК по охвату аудитории на территории страны и способу доставки контента
2. Опыт классификации СМК по организации процесса медиабизнеса.
3. Опыт классификации СМК по содержательной стороне: широкая аудитория и «нишевые каналы»

4. Классификация содержания СМК по тематическому принципу, возрасту и соцсоставу
5. Трансформация медиарынка в цифровую эру

Тема 1.2. Современные подходы к изучению медиаменеджмента

Вопросы для самоподготовки:

1. Персональный медиаменеджмент.
2. Основные навыки медиаменеджера
3. Оперативный менеджмент.
4. Управление медиаорганизацией
5. Между формальным и персональным менеджментом: чем управляет менеджер СМК.

РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ МАССМЕДИА

Тема 2.1. Организация работы ТВ и радио

Вопросы для самоподготовки:

1. Налоговое планирование.
2. Производственное планирование в медиа.
3. Цели и принципы бюджетирования, виды бюджетирования.
4. Бюджет доходов и расходов в медиа.
5. Категории затрат, расчет себестоимости и учет затрат.

Тема 2.2. Организация работы печатных и онлайн изданий

Вопросы для самоподготовки:

1. Аналитические признаки управленческого учета.
2. Бюджет движения денежных средств.
3. Взаимосвязь между бухгалтерским учетом, управленческим учетом и бюджетированием.
4. Управление медиактивами и правами
5. Оценка медиа-активов.

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПАРАДИГМЫ МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТА

Тема 1.1. Традиционные подходы к изучению медиаменеджмента

Не предусмотрены

Тема 1.2. Современные подходы к изучению медиаменеджмента

Не предусмотрены

РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ МАССМЕДИА

Тема 2.1. Организация работы ТВ и радио

Не предусмотрены

Тема 2.2. Организация работы печатных и онлайн изданий

Не предусмотрены

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «ВВЕДЕНИЕ В РЕКЛАМУ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные

сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует

рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки

сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;

– в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;

– знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;

– свободное владение терминологией;

– ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;

– единичные ошибки в терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;

– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;

– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

– незнание терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы,

периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина ПРОДЮССИРОВАНИЕ МЕДИАКОНТЕНТА
2. Тема лекционного занятия.
Раздел 1. ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПАРАДИГМЫ МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТА
Тема 1.1. Традиционные подходы к изучению медиаменеджмента
3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний этапов проектирования коммуникативных компаний.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие и классификация стратегических корпоративных коммуникаций. Традиционные и цифровые корпоративные коммуникации, их преимущества и недостатки.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Раздел 1. ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПАРАДИГМЫ МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТА
Тема 1.1. Традиционные подходы к изучению медиаменеджмента
Текст лекции

Все сущее развивается постепенно. Невозможно построить дворец не научившись строить хижины. Так и история медиаменеджмента неотделима и не существует сама по себе. Ее, как и историю медиа можно разделить на этапы согласно смене господствующих образов: сначала - от устной культуры к буквенной, сегодня - от буквенной к цифровой. Устными были родоплеменные культуры, их сменил буквенный мир города. Современное же общество демонстрирует черты новой «устно- стн». Телевидение, радио и телефон не относятся к цифровым медиа. Вообще-то мы отделяем классические массмедиа от новых интерактивных медиа не только по техническим признакам. Так, массмедиа достигают стабильности благодаря внутреннему схематизму, а интерактивные медиа обретают стабильность благодаря обратной связи.

Массмедиа делают возможной мировую коммуникацию путем расширения вещания, Интернет делает возможной мировую коммуникацию, связывая отдельные миры в сеть.

Традиционные медиа (пресса, радио, телевидение), основанные на использовании дорогостоящих, капиталоемких каналов связи и оборудования, были доступны только медиаэлитам, связанным с государственными интересами (и финансированием) или политическим элитам, связанными с финансовым капиталом. Техническая сложность и высокая стоимость каналов доставки контента, дополненная регулирующими процедурами (получение лицензий и частот для вещания), определила вещательный, вертикальный тип общения редакций с аудиторией: «сверху вниз», «от одного ко многим», где «многие» это - анонимные группы, практически пассивные массы. СМИ были основным игроком, они обладали монополией в формировании повестки дня. Аудитория - анонимные массы, пассивные получатели.

Новые медиа формируют фундаментально отличающийся «горизонтальный» вид коммуникации - «многие многим». Благодаря процессу цифровизации интернет технологии стали относительно дешевыми. С финансовой точки зрения сейчас практически каждый может стать вещательной станцией и издателем, и редакцией. Центральные редакции утратили привилегии, они больше не избранные.

Современное изобилие «вещателей» создает информационный шум, порождая экономику гиперизобилия информации. Найти нужную и объективную информацию в сети, стало возможностью избранных. Приведу образное сравнение. Говорят, что найти нужную объективную информацию в сети - это как напиться воды из брандспойта. ИСКАЛ-ЧИТАЛ-ОТВЛЕКСЯ- НЕ ПОНЯЛ.

Множественность отправителей и получателей информации и доступность смартфонов и интернет-трафика создали беспрецедентную ситуацию с гиперизобилием информации. Это изменило структуру медиапотребления:

- теперь время медиапотребления потенциально равно времени бодрствования;

- потребление медиа - общение через экран в приватном пространстве;

- основной фактор, который сейчас влияет на ориентацию пользователя в информационном океане - это страница друзей в их социальной сети.

В информационном движении каждого пользователя учтены его «клики» и «лайки», маршруты его предыдущих информационных запросов. Другими словами, личные предыстории пользователей начали формировать содержание их нынешней повестки дня, устанавливая контуры их возможного «информационного кокона» или «информационного гетто».

Ранее в традиционных медиа управление повесткой дня целевой аудитории было властной функцией редакций СМИ. Теперь же в новых медиа (с множественными платформами и потоками) повесткой дня фрагментированных аудиторий управляют те медиааакторы, которые смогли в отчаянной борьбе завоевать и удержать внимание пользователей.

Внимание, определяемое как способность человека сосредоточить интерес на определенной теме или объекте, всегда было ценной «валютой».

Традиционные вещательные СМИ объединяли внимание больших анонимных групп аудиторий и продавали их рекламодателям оптом. С развитием социальных сетей и персонализированных медиа внимание стало еще более дефицитным ресурсом. Внимание точечно, легко может быть исчерпано и его трудно увеличить целевым образом. Поэтому борьба за внимание и измерение объема завоеванного внимания в настоящее время составляет одну из проблемных тем, занимающих умы медиаменеджеров по всему миру.

Цифровые технологии для отслеживания пользовательских действий позволяют нам довольно подробно измерять внимание как вовлеченность. Аналитическая компания Chartbeat (https://chartbeat.com) интерпретирует вовлеченность как загрузку страницы, изменение размера окна, прокрутку с помощью колеса мыши или клавиши «вниз» и т. д.

В современных редакциях появились экспертные аналитики, которым поручено отслеживать реакцию аудитории на все опубликованные материалы. Результаты этих анализов, «метрики вовлеченности» аудитории, в реальном времени выводятся на редакционные экраны, позволяя видеть обратную связь практически мгновенно. Это по сути дела «прямой репортаж» о поведении

пользователя.

Теперь именно на основании таких «метрик вовлеченности» (в противовес существовавши ранее методам) в редакциях стали разрабатывать принципы смысловой (семантической) разметки и макеты журналистских материалов, которые позволяют увеличить «показатели вовлеченности»..

1. Учебная дисциплина ПРОДЮССИРОВАНИЕ МЕДИАКОНТЕНТА
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПАРАДИГМЫ МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТА
Тема 1.2. Современные подходы к изучению медиаменеджмента
3. Цели занятия

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, а также в выборе коммуникационных каналов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие, значение и виды корпоративных мероприятий.Корпоративные мероприятия для средств массовой информации: пресс-конференция, брифинг, пресс-тур.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПАРАДИГМЫ МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТА
Тема 1.2. Современные подходы к изучению медиаменеджмента
Текст лекции

Одним из главных вызовов эпохи, как уже было отмечено, является «информационный взрыв» - власть информации, власть медиа. Фактом информационной эпохи стала и менеджеральная (управленческая) революция, которая ускорила процесс демократизации во многих странах, способствовала преодолению кризисных явлений в системе социальных и рыночных отношений. Под влиянием менеджеральной революции увеличивается доля интеллектуальной собственности в совокупном национальном продукте. В России на рубеже XX-XXI веков формируется новая управленческая культура, предпринимательская в том числе. Ее суть заключается в том, что в ней особое значение приобретает рациональное начало: информация, знание, научное проектирование, социальное моделирование. В этой связи возрастает роль медиакультуры как посредника между обществом и государством, человеком и властью. Медиакультура включает в себя культуру передачи информации и культуру ее восприятия; она может выступать и системой уровней развития личности, способной воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиатворчеством, усваивать новые знания и т.д. Менеджмент в информационно коммуникационной сфере, как государственный, так и частный,

способен упорядочить этот процесс, повысить его КПД.

Следует отметить, что медиаменеджмент - многозначный термин, обозначающий:

1) социальный и экономический институт, влияющий на образ жизни, сферу политики и культуры, предпринимательскую деятельность;

2) совокупность лиц, занятых управленческим трудом в сфере не материального, а духовного производства и распространения медиапродукции (газет, журналов, книг, фильмов, теле и радиопрограмм, товаров типа DVD, CD, мультимедиа и др.);

3) научную дисциплину, изучающую техникоорганизационные и социально экономические аспекты управления медиасферой, процессами производства и потребления информации, воздействия ИКТ на общество и т. д.

Медиаменеджмент - это особый вид социальной деятельности, так как главная задача медиа - представлять те или иные точки зрения, взгляды и позиции, быть своего рода коллективным сознанием читателей, слушателей, зрителей, общества в целом.

По мере бурного развития медиа внимание исследователей, стали привлекать уже не отдельные средства массовой информации, а сама система массовой коммуникации в обществе, специфика воздействия СМК на личность. Одна из главных проблем медиаменеджмента - является ли медиапространство управляемым или спонтанным, и до каких пределов. Решение этого вопроса зависит от многих причин:

1) от зрелости гражданского общества;

2) от государственной медиаполитики;

3) от уровня медиакультуры общества, медиаобразованности его граждан;

4) от экономики;

5) от системы функционирования разных социальных институтов, которые поддерживают равновесие в обществе и т.д.

Все более действенными регуляторами, осуществляющими не только информационно аналитические функции, но и экспертные, становятся научные данные о медиаполитике и медиакультуре общества, от них зависит

соотношение стихийного и рационального в медиаменеджменте.

Медиаменеджмент - это комплексная дисциплина, опирающаяся на разные методы научного познания: синергетики, кибернетики, информатики, различных общественных наук - культурологии, экономики, политологии, социологии, педагогики.

Медиаменеджмент - это не только наука, но и искусство управления медиасферой: в нем соединяются экономические знания с интуицией, творческими возможностями людей, их индивидуальные особенности и умение применять законы и научное предвидение с конкретными потребностями времени и общества.

Сущность медиаменеджмента определяет структуру его системы. Он состоит из следующих компонентов:

- субъекты управления;
- объекты управления;
- процесс управления;
- механизмы управления.

К субъектам управления относятся органы власти (федеральные, региональные, местные), определяющие медиаполитику, гражданские институты общества (творческие союзы, гильдии, ассоциации), институты информационного менеджмента и финансово промышленные группы, субсидирующие СМК.

Объекты управления - потребители (читатели, зрители, слушатели), информационные процессы, медиасфера и медиаресурсы разных уровней.

Механизмы медиаменеджмента определяются целями и задачами государственного регулирования: политическими, юридическими, экономическими, социальными. Сюда относится планирование, проектирование, создание медиаорганизаций (издательств, телерадиокомпаний, редакций, киностудий и т. д.), их постоянное инновирование, технологическое совершенствование, расширение медиапространства и медиарынка, реализация творческого потенциала, профессиональная подготовка специалистов,

медиаобразование потребителей и т. д. Все это доказывает, что медиаменеджмент - это интегрирующая система (от лат. integration - воссоединение, восполнение, целое).

Под интеграцией, с точки зрения медиаменеджмента, понимается весь процесс взаимодействий разных медиаструктур и организаций с государством и обществом, внешней средой, рынками сбыта, системой маркетинга и PR-технологиями, наукой и образованием и т. д. Интегрированная система подразумевает объединение всех функциональных систем в единое целое в первую очередь на общей информационной основе. Интеграция должна отражать картину информационной взаимосвязанности систем в пределах не только одной компании, но и разных медиаструктур в масштабах города, региона, страны. Объектами интеграции в управлении могут быть цели, сами организации и их подразделения, виды деятельности, функции, процессы управления и производственные процессы, весь жизненный цикл медиапродукции. Факторами интеграции выступают рынки, в том

числе международные, новые технологии и необходимость их освоения, проникновение на рынки других стран и регионов, повышение профессионального уровня сотрудников, возникновение таких новых форм организаций, как сетевые, виртуальные. В современных условиях выделяют культурологический аспект интеграции, так как построение эффективной организации в конечном итоге сводится к соединению различных субкультур путем разработки общих целей, общего языка и общих процедур принятия решения. Выделяются три направления интеграции:

- горизонтальная интеграция - это сопряжение задач управления между технологическими и функциональными подразделениями (внутренняя интеграция задач планирования, анализа). Горизонтальная интеграция связана с расширением номенклатуры производства путем освоения выпуска родственных товаров;
- вертикальная интеграция - межуровневое взаимодействие систем. С точки зрения организации производства вертикальная интеграция означает освоение фирмой производства товаров разной степени сложности;
- в современных условиях очень важным направлением выступает интеграция приобретаемых (объединяющихся) предприятий в компанию. Этот процесс связан с созданием медиахолдингов, финансово-промышленных групп, продюсерских центров с целью повышения эффективности медиаменеджмента.

Изучение медиаменеджмента продиктовано не только развитием технологической базы СМК, но и потребностями современного общества, его медиакультуры, медиаполитики, медиаэкономики, а также перспективами создания единого информационного пространства страны и мира. Более того, построение информационного общества должно базироваться надоминирующем развитии человеческого, интеллектуального капитала. В условиях информационной эпохи формируется новый тип общественных отношений - информационная экономика, «информационный капитализм».

1. Учебная дисциплина ПРОДЮССИРОВАНИЕ МЕДИАКОНТЕНТА
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ МАССМЕДИА
Тема 2.1. Организация работы ТВ и радио
3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, работой с целевой аудиторией и формально-содержательные характеристики.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	*Задачи и функции корпоративных изданий. Виды корпоративных изданий: газеты, журналы, публичные отчеты, буклеты, проспекты, каталоги*	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ МАССМЕДИА
Тема 2.1. Организация работы ТВ и радио
Текст лекции

На радио, наряду с редакциями, решающую роль в организации вещания играют службы звукозаписи. Сюда входят как технические работники, обслуживающие все электронное хозяйство от микрофонов и переносных магнитофонов до монтажных комплексов и микшерских пультов, так и представители профессий, неведомых в печатной прессе: звукорежиссеры и звукооператоры, монтажницы, музоформители и музыкальные редакторы. Наконец, на радио появляется совершенно новая, ранее никогда не существовавшая профессия – диктор.

Название профессии произошло от слова “дикция” – манера произношения. Дикторы – люди, обладающие, как правило, голосами красивого тембра, безукоризненной дикцией, богатством интонаций, умением с особой доходчивостью прочитать текст любого содержания любой степени сложности. Легендарные дикторы отечественного радио Юрий Левитан и Ольга Высоцкая достигли непревзойденных вершин и, может быть поэтому, еще раз сверкнув на телевизионном небосклоне (Игорь Кириллов и Валентина Леонтьева), профессия стала сходить на нет, уступив место журналистам-ведущим и так называемым модераторам. Впрочем, есть основания предполагать, что мастерство первоклассных дикторов еще может быть востребовано современной теле- и радиожурналистикой.

На радиостанциях и телестудиях, которые не ограничивают свое вещание одним каким-то разделом (только новости, или только музыка и т.д.), работают Главные редакции или просто редакции, сходные с отраслевыми отделами газет. Понятно, что в электронных СМИ намного шире представлена художественно-публицистическая и развлекательная журналистская продукция. Если в печатном, разумеется, специализированном издании можно встретить отдел музыкальной критики или даже отдел популярной музыки, то практически в любой телерадиокомпании есть редакция музыкальных программ. Так же, как литературно-драматическая, кинопрограмм, народного творчества и т.п. Эти редакции отвечают за художественный раздел вещания.

И все-таки радио и телевидение – это средства массовой информации, и центральное место почти в каждой компании занимает служба информации. Девиз, или, как сейчас говорят, слоган НТВ: “Новости – наша профессия”. На радиостанциях и телестудиях есть также и другие творческие подразделения, готовящие документально-публицистические программы, охватывающие весь спектр общественной жизни: политику, экономику, науку, культуру, искусство. Заметное место в телерадиоорганизациях занимают спортивные редакции.

В “дотелевизионные” времена спортивные комментаторы радио были, может быть, самыми заметными журналистами (Вадим Синявский, Ян Спарре, Николай Озеров). Зрелищность спорта делает его особенно желанным в телепрограммах. За право показа летних Олимпийских игр в Атланте (1996 г.) американская телекомпания Эн-Би-Си уплатила астрономическую сумму в 346 млн долл. США – и не ошиблась: по-новому построив свои спортивные программы, эта общенациональная телесеть добилась резкого увеличения аудитории. Можно сказать, вся Америка и почти весь телевизионный мир смотрели в эти дни Эн-Би-Си (как результат, стоимость одной минуты рекламы выросла до 300–400 тыс. долл. США).

Кроме редакций и уже знакомого нам по радио звукоцеха, на ТВ, естественно, важную роль играют службы, обеспечивающие изобразительную сторону программы: операторы и художники, декораторы и осветители, гримеры и визажисты (парикмахеры) и т.д. Аппаратные видеозаписи (АВЗ) и аппаратные видеомонтажа (АВМ) – это не только технические службы, ибо из лекции о содержании и форме журналистских произведений мы знаем, как много зависит от образной системы и пластических средств выразительности, света и цвета, внутрикадрового и междукадрового монтажа.

На телевидении, условно говоря, за содержание передачи отвечает редактор, за форму – режиссер. Если редактор – организатор творческого процесса (о чем мы говорили в лекции о журналистских профессиях), то режиссер – руководитель производственно-творческого, технологического процесса подготовки и выдачи в эфир каждой программы. Режиссеру помогают ассистент и помощник – люди на ТВ незаменимые. Бок о бок с ними под началом режиссера трудятся администраторы, обеспечивающие своевременное финансирование и материально-техническое обеспечение работы, – от выделения транспорта, видеокомплектов для натурной съемки и павильонов для студийной, АВЗ и АВМ до сооружения декораций, приобретения необходимого реквизита и поиска редких иллюстративных материалов.

Сейчас на ТВ появились представители универсальной профессии – продюсеры. По аналогии с западным кинематографом подчас ошибочно думают, что в задачу продюсера входит только финансирование телевизионного производства. Это не так. Продюсер – это и директор, и экономист, и организатор, и многое другое. В одном лице он совмещает и административные, и финансовые, и технические, и творческие функции, сочетая все это с неуемной энергией, невероятной пробивной силой, умением общаться с людьми, убеждать, огромной работоспособностью и проч. и проч. Уникальная профессия, для которой нужны люди особого склада. Специалисты этой профессии всегда в дефиците.

На современном телевидении (в меньшей степени на радио) существуют программопроизводящие и вещательные организации. Первые создают отдельные передачи, циклы и рубрики, серии и сериалы и предлагают готовую продукцию вещателям, которые имеют доступ к эфиру. Например, телекомпания “ВиД” готовит очередные выпуски телеигры “Поле чудес” и продает их ОРТ.

Первой частной программопроизводящей телекомпанией в России стала РенТВ Ирэны и Дмитрия Лесневских. Начав с непритязательного телевизионного гороскопа “Звезды говорят”, компания со временем сумела привлечь к работе телезвезд первой величины – Эльдара Рязанова, Владимира Молчанова, Юрия Роста и Юрия Никулина, а в 1996 г. приобрела

собственный дециметровый канал, перейдя из разряда производителей телепродукции в почетную группу вещателей.

Подобная организация работы стала возможной при переходе к рыночным отношениям, и теперь типология электронной прессы предполагает, по крайней мере, три характерных уровня:

- по ареалу распространения – всероссийское и региональное (местное) ТВ и радио;
- по содержанию и жанрово-тематическим особенностям программ (о профилировании каналов будет сказано ниже);
- по форме собственности.

Как представляется, динамика общественного развития сделала необратимым процесс перехода к рыночным отношениям во всех областях жизнедеятельности государства. Политический плюрализм утвердил характерные признаки реальной конкуренции в сфере идеологии и культуры (конкуренция, как известно, один из важнейших показателей рынка). Параллельно с внедрением многоукладности в экономическую жизнь страны утверждается равноправие различных форм собственности на средства создания и распространения аудиовизуальной информации. Приведение отечественных законодательных актов в соответствие с прогрессивной общемировой практикой неизбежно сулит вполне мирное сосуществование следующих форм собственности в области электронной прессы:

- государственная;
- государственно-кооперативная;
- акционерная;
- общественная;
- частная (отдельных владельцев или группы лиц);
- смешанная (с участием зарубежного капитала);
- принадлежащая зарубежным корпорациям и компаниям, иностранному капиталу.

Если с этой точки зрения посмотреть на сегодняшние телевизионные программы, то государственным телеканалом является РТР – Российское телевидение, чьи передачи транслируются на втором канале. Хотя первый канал объявлен общественным (ОРТ – Общественное российское телевидение), это, безусловно, акционерное, или государственно-кооперативное объединение, где, согласно уставу, 51 процент акций принадлежит государству, а 49 процентов – крупным акционерам, среди которых выделяется ЛогоВАЗ. НТВ – частная телекомпания, до недавнего времени всецело принадлежавшая группе “Мост” (ей же принадлежит контрольный пакет акций радиостанции “Эхо Москвы”, газеты “Сегодня”, журнала “Итоги” и еженедельника “7 Дней” – весьма внушительная информационная “империя”), а затем продавшая 30 процентов акций Газпрому. ТВ-6 создавалось как смешанная компания с привлечением капиталов миллиардера Теда Тернера, владельца всемирно известной телекомпании Си-Эн-Эн.

Попутно заметим, что группа “Мост” привлекла средства Газпрома для того, чтобы получить возможность реализовать амбициозный проект спутникового телевидения.

Подобная организация телевизионного производства ведет к подлинной многопрограммности, последовательному насыщению рынка зрительских интересов. А это, в свою очередь требует дифференциации, профилирования телеканалов, которые возможны:

- по тематическому признаку (новости, музыка, кино, спорт и т.д.);

- по аудиторному (адресному) признаку (программы для детей, для молодежи, для женщин, для пенсионеров и т.д.);
- по учредителю (президентский канал, канал творческих союзов);
- по национальному признаку (республиканская программа, программа для национальных групп населения, проживающих вне территории своих национальных образований);
- по территориальному признаку (общегосударственная, интегрированная межгосударственная, зарубежная, на зарубежную аудиторию телепрограмма; местная – региональная, вплоть до кабельной сети поселка, микрорайона, гостиницы);
- по временному признаку (круглосуточные, вещающие определенное время или с “плавающим” графиком вещания);
- по источнику финансирования (государственный – бюджетный; платный – функционирующий за счет абонементной платы зрителей либо подписной по аналогии с печатной периодикой; общественный – за счет фондов общественных организаций, добровольных пожертвований предприятий и частных лиц; коммерческий – самоокупаемый, прежде всего за счет рекламы; арендный – политическая партия, общественное движение, государственная или кооперативная организация, частное лицо или программопроизводящая компания арендуют эфирное время у вещательной организации).

Эти признаки могут пересекаться: например, платный информационный круглосуточный канал, межгосударственная общественная культурно-просветительская программа. Независимо от технической базы реализации вещательной деятельности (спутниковое, антенное, кабельное ТВ) любой действующий или вновь создаваемый телеканал будет непременно обладать одним или несколькими указанными типологическими признаками.

При всем том сегодняшние функции телеэкрана не ограничиваются возможностями вещания. Телеэкран становится все более полифункциональным. По крайней мере, три его функции общеизвестны: телевизор, видеотелефон и дисплей компьютера.

Собственно телевидение включает в себя следующие *разновидности*:

- антенное (традиционное, классическое) телевизионное вещание;
- спутниковое (непосредственное, глобальное, всемирное) телевидение (мировидение);
- кабельное (абонентское) телевидение;
- кассетное (видеотечное) ТВ – видеодиски (лазеровидение);
- титровое ТВ (видеотекс, телетекст).

Единственной средой бытования и формой существования традиционного антенного телевещания является телевизионная программа, характеризуемая, прежде всего, необратимым временным фактором. Спутниковому и кабельному ТВ далеко не в такой степени присущи характерные признаки программности, а система повторов отдельных передач и целых блоков ослабляет фактор необратимости времени трансляции. Более того, неограниченное во времени, круглосуточное, не принимающее во внимание времени суток, ибо зона приема телесигнала нередко столь велика, что режим дня у различных групп телезрителей не совпадает, – такое вещание рождает новые формы организации телепрограммы. Чаще всего тот или иной канал спутникового ТВ специализируется на одном из видов вещания: Си-Эн-Эн – круглосуточные новости со всех уголков планеты, Эм-Ти-Ви – телеканал современной музыки, действующий по принципу нон-стоп.

На кабельном ТВ количество телевизионных каналов неизбежно ведет к новому качеству дифференциации по зрительским интересам. И все же антенное, спутниковое и кабельное ТВ

используют форму вещания, трактуемого как специфический способ распространения общественно значимой информации техническими (аудиовизуальными) средствами.

Для кассетного телевидения не присущи ни фактор программности, ни вещательные характеристики, что объясняется почти полной индивидуализацией использования видеокассет зрителями, возможностями их просмотра в любое удобное для владельца видеомагнитофона время. Воспринимаемое многими как продолжение кинематографа, кассетное ТВ сейчас обретает черты самостоятельного, весьма оригинального и эффективного масс-медиа. Как пример, можно привести видеожурнал типа “Огонек-видео” или вспомнить “Взгляд” из подполья” – телеработы А. Политковского и А. Любимова в период гонения на демократическую прессу накануне августовского путча 1991 г.

Трудно переоценить роль кассетного телевидения в реализации культурно-просветительской функции. Здесь и классика мирового кинематографа, и записанные на видеопленку лекции крупных ученых или, скажем, разошедшиеся по всему миру в невообразимом количестве экземпляров уроки аэробики, принесшие американской актрисе Джейн Фонда миллионное состояние.

Любительские съемки на видеокассеты, в большинстве своем выполняющие функцию семейного фотоальбома, в ряде случаев позволяют сохранить для истории то, до чего у “большого”телевидения не дошли руки. Вспомните, что убийство президента США Джона Кеннеди запечатлено только на любительских кадрах. Умение владеть портативной видеокамерой, на наш взгляд, просто необходимо журналисту-экологу, в каком бы органе массовой информации он ни работал.

Все большее распространение в мире получает так называемое компьютеровидение – своеобразный кентавр с телеэкраном вместо головы и ЭВМ вместо туловища. Сейчас, пожалуй, трудно сказать, что больше повлияет на внутренний мир нынешнего подрастающего поколения – школьное образование, учебно-просветительские программы ТВ (и антенного, и спутникового, и кассетного вместе взятых) или видеоигры – один из весьма перспективных разделов компьютеровидения.

Впрочем, электронные игры полезны не только детям. Специальные программы научат управлять автомобилем и самолетом, атомной электростанцией и транснациональной компанией, почувствовать себя в кресле президента и главнокомандующего.

Симбиоз телеэкрана с ЭВМ последнего поколения позволяет синтезировать трехмерное изображение, создавая невиданные ранее возможности для “бизнес-график” – машинного проектирования, особенно промышленного дизайна. Специалисты называют эту новую функцию телеэкрана инфографией.

Компьютерная графика заняла заметное место в оформлении телепередач. Это – реальный путь к стереотелевидению.

Все громче заявляет о себе дуплексное телевидение, или интерактивные мультимедиа – перспективное направление в развитии ТВ, делающее телевизионное общение двусторонним, позволяющее зрителям непосредственно участвовать в происходящем на экране.

Наконец, фантастические возможности открывает еще одна техническая новинка в области телевидения – так называемая виртуальная реальность. Пока это аттракцион, используемый для игр, поражающих воображение иллюзией полного слияния зрителя с показываемой ситуацией; кроме того, новинку пытаются использовать кинематографисты.

Итак, налицо широкие возможности выбора у аудитории. И откровенно конкурентная ситуация в области СМК, значительно усложняющая деятельность всех, кто работает над

созданием различных журналистских произведений. Нам всегда надо помнить, что потенциальные потребители и телепрограмм, и кассет, и видеодисков, и телетекста, и видеоигр – это одни и те же люди. Они не только смотрят телевизор, но и читают газеты, журналы, книги, слушают радио, ходят в кинотеатры и концертные залы. По крайней мере, теоретически любой человек может испытывать потребность в любой разновидности печатной, звуковой или видеопродукции. И в то же время у каждого средства массовой информации, у каждого вида журналистской деятельности есть свои поклонники, свой пласт или слой населения с вполне конкретными социологическими характеристиками. На эти, в общем-то, очевидные факторы должна опираться информационная политика любого органа массовой информации, равно как и общегосударственная информационная политика.

1. Учебная дисциплина ПРОДЮССИРОВАНИЕ МЕДИАКОНТЕНТА
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ МАССМЕДИА
Тема 2.2. Организация работы печатных и онлайн изданий
3. Цели занятия

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний коммуникационных эффектов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие, сущность и основные функции внутрикорпоративной коммуникации. Персонал - содержание понятия и его классификация в организации	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ МАССМЕДИА
Тема 2.2. Организация работы печатных и онлайн изданий
Текст лекции

Производственно-творческий коллектив, занятый созданием произведений для СМИ и объединенный в целостную организационную структуру, называется редакцией. Редакция газеты “Известия”. Редакция журнала “Огонек”. Литературно-драматическая редакция радио. Главная редакция информационных программ телевидения. Иногда встречаются и другие наименования. Информационное телевизионное агентство (ИТА ОРТ). Творческое объединение “Экран”. Но суть здесь одна: речь идет об организационной структуре, цель деятельности которой – сбор, переработка, хранение и распространение информации в виде журналистских произведений.

В печатной периодике – редакции газет или журналов традиционно являются полностью самостоятельными структурами. В электронной прессе – редакции являются составной частью более сложной системы. В значительной мере деятельность редакций на телевидении и радио аналогична деятельности соответствующих отраслевых отделов газет и журналов, разве что Главные редакции здесь более автономны по сравнению с отделами. Что же касается целостной организационной структуры по производству аудиожурналистских произведений, то ее принято называть радиостанцией. Радиостанция “Эхо Москвы”. Радиостанция “Свобода”. На ТВ идентичная организационная структура называется телестудией.

Поскольку выпуск газет и журналов, теле- и радиопрограмм – сложное производство, то во всех случаях журналисты существенно зависимы от материально-технической базы: в прессе – это издательства, на радио и ТВ – технические центры. Однако и то и другое – своеобразная инфраструктура журналистского творчества, поэтому мы будем говорить об их деятельности только в той мере, в какой это влияет на конечный результат работы редакций, в частности, форму журналистских произведений, ареал их распространения.

Во главе редакции газеты или журнала стоит главный редактор, который полностью отвечает за все направления деятельности вверенного ему средства массовой информации: подбор и расстановку кадров, организацию их работы, общее идейное направление издания,

его творческое лицо и художественное оформление, тираж, экономические показатели работы и т.д. Это, однако, не значит, что принцип единоначалия делает главного редактора независимым ни от кого и ни от чего. Авторитарные принципы руководства в прессе невозможны по ряду причин.

Согласно Закону о печати и средствах массовой информации, у каждого издания есть учредитель – частное лицо или группа лиц, организация, ассоциация или партия, наконец, творческий коллектив редакции, которые основали данную газету или журнал, имеют определенные права собственности на печатную продукцию издания, редакционное имущество и т.д. В конечном итоге, учреждая СМИ, учредитель, как правило, определяет направленность издания, в соответствии с которым строится творческая деятельность редакции.

Материально-техническое и финансовое обеспечение производства продукции СМИ обеспечивает издатель. Довольно часто учредитель и издатель создают попечительский или редакционный совет (либо и то, и другое), в состав которого входят многие заинтересованные лица – с одной стороны, известные, уважаемые люди, представляющие интересы читателей, с другой стороны, спонсоры – организации или предприниматели, оказывающие изданию финансовую поддержку. Редакционный совет участвует в разработке долгосрочной идейно-художественной политики издания, утверждает перспективные планы работы, обсуждает кадровые вопросы и многое другое, непосредственно связанное с деятельностью редакции.

Редсовет собирается на свои заседания регулярно, но не так уж часто, поэтому здесь решаются глобальные, стратегические вопросы. Конкретизируются они на тактическом уровне редакционной коллегией, в состав которой входят наиболее ответственные и авторитетные сотрудники редакции. Редколлегия может собираться так часто, как это необходимо. Здесь решаются вопросы тематического и календарного планирования, утверждаются планы и макеты каждого конкретного номера (журнала – наверняка, газеты – не обязательно), решаются все оперативные проблемы. Редколлегия – совещательный орган, но ее решения, как правило, носят обязательный характер. Конфликт между редколлегией и главным редактором – ЧП, в которое вмешиваются учредитель и редакционный совет – и в этом случае им принадлежит право окончательного решения.

У главного редактора есть один или несколько заместителей. Во втором случае первый заместитель выполняет обязанности главного редактора во время его отсутствия. Обычно же заместители главного редактора несут полную персональную ответственность за то или иное направление в деятельности редакции, выполняют любые, как правило, особо сложные и ответственные задания главного редактора.

Для внутриредакционной структуры характерно деление на так называемые отраслевые отделы – журналистские подразделения, отвечающие за освещение того или иного тематического направления в зависимости от общей направленности издания. Это могут быть отделы экономики и бизнеса, внутренней политики и международный отдел, культуры, писем, спорта и т.д. Абсолютно в каждой газете вы встретите отдел информации или хроники, в так называемых “районках” непременно есть сельскохозяйственный отдел. В женских журналах можно найти “экзотические” отраслевые отделы: кройки и шитья, вязания или, в целом, рукоделия, кулинарии. (В редакции журнала “Америка” интерьер этого отдела представляет собой прекрасно оборудованную кухню со всей необходимой утварью и пищевыми припасами – шеф отдела, сама прекрасная кулинарка, любой рецепт перед публикацией проверяет в редакционном кабинете.) В этом же ряду стоят “полезные советы” – в журнале “Наука и жизнь” много лет есть рубрика “Маленькие хитрости”, существующая на правах подотдела. А в газете “Московский комсомолец” – “Звуковая дорожка” – отдел, готовящий еженедельную страницу, посвященную молодежной музыке.

Во главе каждого отдела – заведующий (иногда его называют на западный манер – шеф-редактор), в подчинении у него работают, по преимуществу, корреспонденты и литсотрудники.

Третьим человеком в редакции, после главного редактора и его первого заместителя, считается ответственный секретарь, возглавляющий особое подразделение – секретариат. Сотрудники секретариата осуществляют тематическое планирование каждого отдельного номера, дают заказы в отделы, принимают готовые материалы, отвечают за иллюстрации (отдел фотоиллюстраций, художники и ретушеры, так же как и машбюро, а нынче и операторы компьютерного набора и верстки, напрямую подчиняются секретариату). Важнейшим участком работы и, так сказать, готовой продукцией секретариата является макет номера.

Макетирование – создание модели номера в масштабе 1:1 – настоящее искусство, требующее особых профессиональных навыков и высокого художественного вкуса. От секретариата зависит неповторимое лицо издания, его запоминающийся образ, благодаря которому издание подчас и становится популярным (либо – даже при хорошем содержании – не находит своего читателя).

Создание любой новой газеты или журнала начинается с разработки логотипа – оригинально оформленного названия издания, и дизайн-макета – обобщающих предложений (или, если угодно, обобщающей модели) по оформлению газеты или журнала: формат, шрифты заголовков и рубрик, шрифты и их размеры при наборе текста, другие изобразительные элементы (линейки, плашки, выворотки и проч.). Эту работу выполняет либо главный художник издания, либо специально приглашенный незаурядный мастер в области художественной графики и полиграфии. Выполненный им дизайн-макет в последующем работники секретариата будут наполнять конкретным содержанием, сохраняя общий облик издания, поддерживая его “лицо”.

Выпуск газеты или журнала – дело весьма дорогостоящее. Цены на бумагу, полиграфические услуги и особенно за доставку номеров читателям столь высоки, что никакая подписная цена не может обеспечить рентабельности издания. Важный резерв в финансировании работы редакции – публикация платной рекламы. Поэтому важную роль в редакционной структуре играют рекламные отделы. В последнее время создание рекламы принято считать особым видом журналистской деятельности.

Распространением всех газет и журналов в нашей стране в былые времена занималась монопольная организация “Союзпечать”. Сегодня почти все издания предпочитают иметь в составе редакции отделы распространения – службы технического порядка, но от них в значительной мере зависит тираж и уровень популярности издания.

Поскольку на организацию работы редакции накладывает отпечаток тип издания и даже его формат, познакомимся с общепринятой типологией печатной периодики. Обычно говорят о качественно-количественных характеристиках, ареале и способах распространения.

К качественно-количественным признакам относят:

- тип издания;
- содержание;
- язык;
- категории читателей;
- периодичность (в том числе дополнительные выпуски);
- время выхода в свет;

- тираж;
- формат;
- количество полос и некоторое другое.

Первые четыре признака характеризуют издание с качественной стороны, остальные носят количественный характер.

Содержание издания нередко обусловлено, задано изначально. Подчас оно достаточно ясно выражено в названии. Понятно, что газеты “Комсомольская правда”, “Московский комсомолец”, журналы “Юность”, “Смена” рассчитаны на молодежь и публикуют материалы соответствующей тематики.

Иногда содержательная характеристика фигурирует во второй строке логотипа и называется маркировкой. Например: “Андрей. Журнал для мужчин”. Как видим, здесь маркировка указывает и на категорию читателей, которой предназначено издание. Если “Комсомолка” и “Юность” делят читателей по возрастному признаку, то журнал “Андрей” – по половому. В другом примере: “Полярная почта. Газета Ассоциации советских полярников” – указано на тематическое своеобразие издания и особый состав его читателей.

Многие печатные издания рядом с (над) названием публикуют девиз, который тоже подчеркивает тематическую направленность, позицию газеты или журнала. Раньше у любой советской газеты был один и тот же девиз: “Пролетарии всех стран, соединяйтесь!”, почти никогда не связанный с тематикой издания. Сегодня все обстоит иначе. К примеру, у газеты “Благовест” девиз: “Азъ есмь светъ миру”, а у газеты “Базар” – “Получать приличную зарплату может каждый”. “Независимая газета” над логотипом печатает: “Sine ira et studio”, а на последней полосе перед выходными данными дает перевод: “Без гнева и пристрастия. (Тацит)”, впрочем, отнюдь не всегда следуя своему девизу, ибо отличается подчас весьма гневными и пристрастными комментариями.

Есть издания, которые стремятся адресовать свои материалы всей аудитории. Скажем, газета “Известия” – умеренное центристское издание, в котором достаточно широко представлены политика и экономика, наука и культура, спорт и даже юмор – не потому ли у “Известий” столь большой и в целом стабильный тираж?

Думается, вам будет интересно познакомиться со статистикой выпуска всероссийских, республиканских и областных специализированных газет по видам:

Число изданий:

- Профсоюзные 43
- Юридические 30
- Экономические 27
- Деловые 68
- Экологические 12
- По вопросам физкультуры и спорта 18
- По вопросам культуры, литературы и искусства 32
- Молодежные 70
- Для женщин 11
- Для мужчин 2

А вот как выглядит выпуск журналов по их целевому назначению:

- Молодежные 20
- Женские 31

- Для мужчин 1
- Сатирические и юмористические 13
- Научные (всего наименований) 343
- Научно-популярные 34
- Научно-практические и производственные 389
- Религиозные 30
- Для зарубежного читателя 45

Попробуйте самостоятельно сравнить эти цифры, проанализировать их и сделать необходимые выводы.

Язык издания напрямую связан с категорией читателей, если аудитория дифференцируется по национальному признаку, и ареалом распространения, когда речь идет о местных изданиях. Здесь также интересно посмотреть имеющуюся статистику выпуска газет: число всероссийских изданий – 230 – почти равно числу республиканских – 220. А среди республиканских газет почти половина выходит на национальных языках – башкирском, чувашском, коми, татарском и т.д. Соответственно в автономных краях и областях также выходят газеты на национальных языках – краевые, областные, окружные, городские, районные, низовые (которые часто называют многотиражками, хотя тираж их, как правило, как раз и невелик).

Безусловно, категории читателей каждой конкретной газеты или журнала существенно зависят от вышеперечисленных признаков: типа издания, его содержания и языка. Стало быть, существуют так называемые массовые издания, которые рассчитаны на всю аудиторию в целом, а также специализированные издания, дифференцирующие аудиторию по половым, возрастным, социальным признакам, образовательному уровню, индивидуальным интересам и пристрастиям и т.д. – по одному из этих параметров или нескольким сразу.

Для журналиста знание качественных характеристик издания, в котором он работает, обязательно, ибо от них в значительной мере зависят жанрово-тематические особенности его творчества.

Переходя к **количественным характеристикам**, заметим, что здесь принимается во внимание следующее:

Периодичность – ежедневная газета (“Правда”, “Московский комсомолец”), еженедельник (“Аргументы и факты”, “Век”), еженедельный журнал (“Новое время”), ежемесячный журнал (“Новый мир”), газета выходит пять раз в неделю (“Известия” – кроме воскресенья и понедельника), ежеквартальные издания и ежегодники чаще всего называются альманахами.

Вид издания – основной, дополнительный, утренний или вечерний, субботнее или воскресное приложение.

Формат. Здесь следует учесть, что в полиграфии единицей измерения является печатный лист (60х92 см). Формат больших газет (“Правда”, “Известия”, “Комсомольская правда”) – А-2 – печатный лист, сфальцованный (загнутый) вдвое – 1/2 листа. А-3 – 1/4 печатного листа – формат многих еженедельников (“Неделя”, “Собеседник”). А-4 – 1/8 печатного листа – таблоиды (“Футбол”, “Хоккей”).

Газетную страницу принято называть полосой. Количество полос варьируется от одной (листовка, плакат) до ста и более.(Самая объемная из российских газет сейчас, пожалуй, “Из рук в руки”.)

Количество тетрадей. Тетрадь – отпечатанные и сфальцованные листы или их доли. Количество полос в тетради зависит от количества загибов – при двух – 8 страниц, при трех – 16, при четырех – 32.

Тираж издания – количество экземпляров каждого номера – величина не всегда постоянная. Чаще тираж плавающий, в зависимости от спроса. Чем выше тираж, тем авторитетнее, популярнее издание. Рост тиражей – одна из главных забот редакции.

Перейдем к **распространению** изданий. Под распространением продукции СМИ понимается продажа (подписка, доставка, раздача) периодического печатного издания, аудио- или видеопрограмм. Распространение изданий может быть коммерческим (с получением денег от читателей) и некоммерческим (бесплатным). Однако сразу же обратите внимание на условность такого деления. Считается, что стоимость будущих теле- и радиопрограмм заложена в цену теле- или радиоприемника, что позволяет говорить о продаже аудио- и видеопродукции. Но если вы покупаете телевизор "Сони", получается, что вы платите за программы японского ТВ, а смотрите отечественные передачи. А вот подписные программы спутникового ТВ действительно покупаются зрителями. Или газеты "Экстра М", "Центр плюс"читатель получает бесплатно, но можно ли считать их некоммерческими изданиями, если они публикуют платную рекламу и за счет этого получают очень высокие прибыли? Разумеется, нельзя – но мы ведь говорим здесь о некоммерческом распространении издания.

Ареал распространения, как мы уже знаем, напрямую связан с типом издания. Центральные (всероссийские) газеты и журналы распространяются во всех регионах Российской Федерации. Под регионами понимают исторически сложившиеся крупные территориальные единицы: Северный, Северо-Западный, Центральный Нечерноземный, Волго-Вятский, Центральный Черноземный, Поволжье, Северо-Кавказский, Урал, Западно-Сибирский, Восточно-Сибирский, Дальневосточный регионы, а также Москва и Московская область (вместе взятые).

Когда говорят о региональных изданиях, не обязательно имеют в виду такие, которые распространяются в указанных регионах. Слово "региональный" часто выступает синонимом "местный".

Более дробная территориальная дифференциация совпадает с административным делением в такой последовательности: автономные республики, края, области, города, районы. Скажем, ареал распространения газеты "Богородские вести" – Ногинский район.

Иногда ареал распространения издания расплывается: например, газета "Московский литератор" распространяется преимущественно в Москве, но имеет отдельных подписчиков и на территории России, и в крупных городах СНГ.

Если с коммерческой точки зрения, существуют два способа распространения: платный и бесплатный, то в плане "технологии" распространения печатной периодики можно назвать три основных способа:

- адресная доставка – традиционная подписка на домашний адрес; адресная доставка без подписки – некоммерческое распространение и редакционная рассылка – почтовыми бандеролями либо доставка редакционным транспортом;
- продажа в розницу;
- бесплатная безадресная раздача в руки (скажем, вы пришли на выставку и у входа вам вручили несколько номеров отраслевых газет).

Теперь, когда вы так подробно познакомились с организацией работы в печати, можем перейти к электронной прессе, подчеркнув, что эти более молодые средства массовой информации во многом заимствовали традиции, накопленный опыт, организационные особенности печатной периодики и, следовательно, теперь нам важно отметить то общее, что здесь есть, и специфику организации работы на ТВ и радио.

Телевидение в техническом, да и в организационном отношении, будучи продолжением радио, долгое время развивалось, функционировало в некоем симбиозе со своим старшим собратом в области СМИ. В СССР даже существовал общий руководящий правительственный орган, который так и назывался – Гостелерадио. Однако мы знаем, что радио и ТВ являются самостоятельными родами журналистики, у каждого канала информации своя специфика, поэтому утвердившаяся в мире практика раздельного функционирования телевидения и радио интенсивно внедряется и в новой России. Тем не менее у нас существует еще немало телерадиокомпаний, особенно на уровне местных, по преимуществу государственных, где радисты и телевизионщики сосуществуют, трудятся почти независимо друг от друга и даже обитают подчас в разных зданиях: у первых свой радиодом (таково традиционное название), у вторых – телестудия и технический телецентр.

Некоторые органы электронной прессы сохраняют старое название – телерадиокомитет. Традиционно возглавляет комитет председатель, при котором, как и при главном редакторе в газете, образуется редакционный совет или редколлегия. Телерадиокомпанию возглавляет президент. Коллективным руководящим органом компании является совет директоров. Поскольку механизм управления на радио и особенно на телевидении намного сложнее, чем в газете, здесь есть исполнительная и распорядительная дирекции, дирекция программ, в главных редакциях или других структурных образованиях, выполняющих те же функции, во главе также находится директор, а при нем – главный редактор и главный режиссер, главный оператор и главный художник, отвечающие за соответствующие направления при подготовке программ.

Как и в печатной периодике, в электронной прессе главная задача журналистов – создавать литературные тексты будущих передач. Однако, в соответствии со спецификой каждого рода журналистики, на радио и телевидении возникают дополнительные творческие подразделения и новые творческие профессии.

Интернет-издание, интернет-СМИ — веб-сайт, ставящий своей задачей выполнять функцию средства массовой информации (СМИ) в сети Интернет. Как и печатные издания, интернет-издания руководствуются принципами журналистики.

Интернет-изданием (интернет-СМИ) может считаться не любой сайт. В соответствии с законом «О средствах массовой информации», принятым в последней редакции Государственной Думой РФ 3 июня 2011 года, интернет-сайт может быть зарегистрирован как СМИ только в случае, если от его владельцев поступило соответствующее заявление. Новостные сайты, не имеющие регистрации Роскомнадзора, юридически к СМИ не относятся. Напротив, сайт, зарегистрированный как СМИ, может пользоваться всеми правами, предоставляемыми средствам массовой информации: получать аккредитации на мероприятия, запрашивать информацию от органов государственной власти и местного самоуправления, может пользоваться льготами при уплате страховых взносов в фонды социального страхования, получать государственную поддержку[1].

В Белоруссии на конец 2010 года такого понятия, как интернет-СМИ, нет. Официально интернет-СМИ - это не средства массовой информации (возможно, блогеры, но пока не журналисты)

Традиционные печатные и эфирные СМИ обычно имеют свои интернет-страницы, иногда полностью повторяющие содержание офлайновых выпусков, иногда содержащие только анонсы статей и/или тексты прошлых номеров, иногда имеющие дополнительный контент.

По жанрам интернет-издания не отличаются от офлайновых — есть новостные сайты, литературные, научно-популярные, детские, женские и т. п. Однако, если офлайновые издания выпускаются периодически (раз в день, неделю, месяц), то интернет-издания независимо от жанра обновляются по мере появления нового материала.

Электронные версии печатных изданий:

1. Независимая газета
2. Известия
3. КоммерсантЪ - издательский дом
4. Российская Газета
5. Аргументы и Факты - издательский дом
6. Коммерсантъ-Власть - аналитический еженедельник
7. Новая Газета
8. НГ-Фигуры и лица - электронное приложение к НГ
9. Литературная газета - общественно-политический еженедельник
10. Телесемь - газета о телевидении
11. Рабочая газета - всероссийская газета трудящихся
12. Московские новости - электронное издание
13. Труд
14. Экспресс-газета
15. Собеседник - электронная версия еженедельной газеты
16. Газета
17. Страна

Всего менее трети деловых изданий пытаются продавать свое “изделие” в электронном виде. Некоторые издатели отмечали, что ранее издавали электронную версию, но вынуждены были отказаться от нее в связи с отсутствием спроса. Так, например, издательство журнала “Экономическое обозрение” выпускало электронную версию в течение 10 лет, а 2 года назад проект был закрыт из-за убыточности.

Многие издатели выбирают электронную почту как средство распространения электронной версии. Это объясняется следующими факторами:

1. рассылка по электронной почте стоит дешевле, чем предоставление электронной версии на CD;
2. в отличие от CD-дисков, требующих доставки, рассылка по электронной почте позволяет оперативно предоставлять информацию читателям;
3. при таком способе предоставления информации, издатель получает базу адресов, которую сможет использовать в дальнейшем для проведения рекламных акций, опросов читателей и т.п.

Популярным способом предоставления электронной версии является также сайт издательства, т.е. доступ к информации на сайте через пароль. Можно прогнозировать дальнейший рост популярности этого способа, так как:

1. размещение электронной версии издания требует некоторых единовременных затрат, но в дальнейшем обходится дешевле, чем CD-диски;
2. сайт предоставляет значительно большие возможности для размещения рекламы; рекламные сообщения можно оперативно изменять;
3. размещение электронной версии на сайте является гораздо более вариативным по оплате и предоставляет больше возможностей подписчикам

Стоимость электронной версии, в большинстве случаев, превышает стоимость печатного издания. Это объясняется следующими факторами:

1. количество подписчиков на электронную версию значительно меньше количества традиционных подписчиков;
2. электронное издание предоставляет дополнительные услуги, такие, как архив;
3. существует система поиска информации по рубрикам, датам, ключевым словам.

Многие издатели, отказавшись от создания полной электронной версии, выбирают неполный вариант, т.е. предоставление читателю отдельных статей, номером и материалов в электронном виде.

Наиболее удобным представляется доступ к неполной электронной версии на сайте, либо ее заказ по электронной почте. Многие издания предлагают неполную электронную версию для ознакомления в открытом доступе. Такой подход, несомненно, увеличит посещаемость сайта и повысит имидж издания в целом. Ошибочным будет считать, что открытое размещение материалов снизит объем продаж издания. Важно лишь грамотно выбрать, какие статьи стоит разместить в открытом доступе и те, которые будут представлены лишь в виде аннотаций.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина ПРОДЮССИРОВАНИЕ МЕДИАКОНТЕНТА
2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПАРАДИГМЫ МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТА

Тема 1.1. Традиционные подходы к изучению медиаменеджмента

Тема 1.2. Современные подходы к изучению медиаменеджмента

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний этапов проектирования коммуникативных компаний.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие и классификация стратегических корпоративных коммуникаций	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Понятие, значение и виды корпоративных мероприятий	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Опыт классификации СМК по охвату аудитории на территории страны и способу доставки контента
2. Опыт классификации СМК по организации процесса медиабизнеса.
3. Опыт классификации СМК по содержательной стороне: широкая аудитория и «нишевые каналы»
4. Классификация содержания СМК по тематическому принципу, возрасту и соцсоставу
5. Трансформация медиарынка в цифровую эру
6. Персональный медиаменеджмент.
7. Основные навыки медиаменеджера
8. Оперативный менеджмент.
9. Управление медиаорганизацией

Практическое задание к разделу 1

Между формальным и персональным менеджментом: чем управляет менеджер СМК.

Тема практического занятия: **Самопрезентация как форма управления впечатлением**

Форма практического задания: реферат (доклад с презентацией), дискуссия по выполненному реферату.

Темы рефератов (докладов):

1. Медиаменеджмент: базовые понятия, специфика, основные подходы к управлению медиа.
2. Понятия медиаэкономики, медиаменеджмента, медиарынка.
3. Специфика медиаменеджмента.
4. Медиарынок, его двойственность и географическая зависимость.
5. Конкуренция на медиарынке. Зонтично-уровневая конкуренция по Дж.Россу.
6. Конкуренция СМИ на рынке содержания, авторов и рекламы.
7. Конкуренция на рынке содержания.
8. Информационно-богатые рынки СМИ
9. Конкуренция на рынке авторов.
10. Конкуренция на рынке маркетинговых бюджетов.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – Контрольная работа

1. Рыночные характеристики СМИ.
2. Типы потребления продуктов СМИ.
3. Рыночные механизмы финансирования СМИ.
4. Анализ различия медийных структур по признаку конкурентности
5. Ключевые тенденции в медиабизнесе
6. Современные рыночные стратегии медиабизнеса.
7. Основные тенденции развития современной индустрии СМИ.
8. Опыт классификации СМК по форме собственности и способу финансовых отношений с аудиторией
9. Бизнес-модели в медиаиндустрии.
10. Внерыночные бизнес-модели.
11. Бизнес-модели в прессе.
12. Бизнес-модели в телевизионной индустрии.
13. Бизнес-модели в радиовещании.
14. Уровни моделирования
15. Рекламный бизнес. Модели рекламного бизнеса.
16. Организация рекламной индустрии.
17. Основные понятия: признаки рекламы, субъекты рекламной деятельности, традиционные и особые виды рекламы.
18. Бизнес-модели рекламных предприятий.
19. Трансформация рекламных технологий.
20. Бизнес-модели рекламных предприятий.
21. Трансформация рекламных технологий.
22. Конкуренция СМИ на рынке рекламы
23. Влияние новых технологий на трансформацию рекламных бизнес-моделей.
24. Экономические модели онлайновых СМИ.
25. Развитие информационно-коммуникационных технологий.
26. Экономические преимущества он-лайн медиа перед традиционными СМИ.
27. Бизнес-модели онлайновых СМИ.
28. Методы измерения аудитории он-лайн СМИ.
29. Источники доходов онлайновых СМИ
30. Организационная модель СМИ.
31. Типы организационных структур в медиаиндустрии.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается.

Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина ПРОДЮССИРОВАНИЕ МЕДИАКОНТЕНТА
2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ МАССМЕДИА

Тема 2.1. Организация работы ТВ и радио

Тема 2.2. Внутренние корпоративные коммуникации

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, работой с целевой аудиторией и формально-содержательные характеристики.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Задачи и функции корпоративных изданий. Виды корпоративных изданий: газеты, журналы, публичные отчеты, буклеты, проспекты, каталоги. Реклама и PR в корпоративных изданиях.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Понятие, сущность и основные функции внутрикорпоративной коммуникации. Персонал - содержание понятия и его классификация в организации.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Налоговое планирование.
2. Производственное планирование в медиа.
3. Цели и принципы бюджетирования, виды бюджетирования.
4. Бюджет доходов и расходов в медиа.
5. Категории затрат, расчет себестоимости и учет затрат.
6. Аналитические признаки управленческого учета.
7. Бюджет движения денежных средств.
8. Взаимосвязь между бухгалтерским учетом, управленческим учетом и бюджетированием.
9. Управление медиактивами и правами
10. Оценка медиа-активов.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Тема практического занятия: **Публичное выступление как разновидность самопрезентации**

Форма практического задания: реферат (доклад с презентацией), дискуссия по выполненному реферату.

Темы рефератов:

1. Устав медиапроекта
2. Признаки медиапроекта.
3. Оценка эффективности медиапроекта.

4. Подходы к медиапроектированию.
5. Модель медиапроекта, ориентированная на прибыль.
6. Поиск механизмов монетизации СМК.
7. Подходы к оценке стоимости медиапроекта.
8. Определение точки безубыточности медиапроекта.
9. Основные принципы и направления планирования.
10. Финансовое планирование и оценка эффективности.
11. Ключевые показатели эффективности.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2
форма рубежного контроля – Контрольная работа

1. Руководство группой. Развитие коллектива до команды.
2. Матрица ЗПО в медиапроектировании.
3. Разрешение конфликтных ситуаций.
4. Управление средой общения: основные принципы.
5. Управление окружением медиа.
6. «Владелец медиа-организации», «собственник», «акционер», «инвестор», «кредитор», «лендер».
7. Взаимоотношения собственников и менеджеров в медиа-организации.
8. Конфликты интересов собственников и менеджеров и пути их разрешения.
9. Привлечение инвестиций в медиа-организации. Профильные и непрофильные
10. инвесторы.
11. Проектирование медиа и монетизация СМК.
12. Франчайзинг в медиабизнесе.
13. Звезды и топ-менеджеры как нематериальные активы медиа-организации.
14. Рынок звезд и менеджеров в медиа-бизнесе.
15. Понятие интеллектуальной собственности с экономической и юридической
16. точки зрения.
17. Понятие и виды нематериальных активов медиакомпании.
18. Классификация прав на результаты интеллектуальной деятельности.
19. Гражданская, административная и уголовная ответственность за нарушение авторских и смежных прав.
20. Документирование факта нарушения авторских и смежных прав
21. Процессы слияния и поглощения компаний на рынках.
22. Классификация слияний и поглощений
23. Риски в управлении активами организации.
24. Специфика рисков в медиа-бизнесе.
25. Стандартные и специфические медийные риски.
26. Внутренние и внешние юридические риски медиа-организации.
27. Нерыночные риски в медиа-бизнесе. Их типология. Управление рисками.
28. Защита медиа-активов от рыночных и нерыночных рисков
29. Управление правами в медиаиндустрии.
30. Проблема авторских и смежных прав в медиа-бизнесе. Управление правами

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли

пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПАРАДИГМЫ МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТА
Тема 1.1. Традиционные подходы к изучению медиаменеджмента
Не предусмотрены
Тема 1.2. Современные подходы к изучению медиаменеджмента
Не предусмотрены
РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ МАССМЕДИА
Тема 2.1. Организация работы ТВ и радио
Не предусмотрены
Тема 2.2. Организация работы печатных и онлайн изданий
Не предусмотрены

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе

дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЖУРНАЛИСТКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Направление подготовки
«42.03.02 Журналистика»

Направленность
«Журналистика»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а

также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно

перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);

- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема лекционного занятия:
Раздел 1. Основы эффективности журналистской деятельности

Тема 1.1. Введение в эффективность журналистики

Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний об эффективности журналистской деятельности

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Эффективность в журналистике — это многогранное понятие, которое включает в себя как качественные, так и количественные аспекты. Эффективность можно рассматривать через призму влияния журналистских материалов на аудиторию, их способность привлекать внимание общественности и вызывать изменения в обществе. В этой лекции мы рассмотрим базовые элементы эффективности в журналистике и ключевые характеристики успешной работы медиа.

Понятие эффективности в журналистике

В традиционном понимании термин “эффективность” может быть определен как степень достижения поставленных целей при минимальных затратах ресурсов. Применительно к журналистике это означает создание контента, который не только информирует аудиторию, но и делает это максимально экономично по времени и средствам.

Ключевые аспекты:

1. **Аудиторная эффективность**: Измеряется через показатели охвата аудитории, взаимодействия с материалами (например, количество просмотров или лайков). Это количественные метрики.
2. **Контентная эффективность**: Оценивает качество содержания — насколько оно соответствует интересам аудитории, его актуальность и глубина анализа.
3. **Социальная эффективность**: Определяет влияние материала на общественное мнение или поведение людей — например, инициирование изменений в законодательстве после публикации расследования.

Значение эффективной коммуникации

Коммуникация является сердцевиной любой формы журналистики. Способность доносить сложные идеи простыми словами подразумевает глубокое понимание темы со стороны автора материала.

- **Ясность изложения**: Четкость языка позволяет избежать недопонимания.
- **Целевая адаптация**: Материалы должны соответствовать ожиданиям целевой аудитории по стилю и содержанию.
- **Интерактивные элементы**: Использование мультимедийных форматов (видео, графика) для усиления восприятия информации.

Методы достижения эффективности

Для реализации упомянутых выше аспектов необходимо применять определенные методы работы с информацией:

1. **Анализ источников информации**
    - Разделение источников на первичные (непосредственные факты или свидетельства) и вторичные (интерпретация первичных данных).
    - Проверка достоверности источников через перекрестную проверку информации из разных надежных мест.
2. **Углубленное интервьюирование**
    - Применение техник активного слушания для получения более полной картины от респондентов.

- Подготовка вопросов таким образом, чтобы они раскрывали наиболее важные аспекты темы обсуждения.

3. **Работа с данными**
    - Использование статистических методов для анализа полученных данных позволяет обосновывать выводы цифрами.
    - Дата-журналистика как современный подход к обработке больших объемов информации требует навыков визуализации данных для лучшего восприятия аудиторией.

Эффективная работа медиа требует не только создания привлекательного контента, но также умения анализировать его воздействие на общество и корректировать подходы исходя из полученных данных о реакции аудитории. Современные технологии предоставляют новые инструменты для улучшения этих процессов благодаря автоматизации проверки достоверности фактов или визуализации сложных концепций через дата-журналистику.
Таким образом, понимание аспектов эффективности позволяет создавать материалы высокого качества при минимальных ресурсах времени и усилий — что является ключевым фактором успеха во все более конкурентной медиасреде.

Тема лекционного занятия:
Раздел 1. Основы эффективности журналистской деятельности
Тема 1.2. Сбор и анализ данных в журналистике
Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о сборе и анализе данных в журналистике
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:
Журналистика, как дисциплина, опирается на надежные и достоверные источники информации. Процесс сбора и анализа данных в журналистике включает в себя множество этапов, начиная от поиска первичных источников до сложных аналитических процедур. В данной лекции мы рассмотрим основные аспекты работы с данными в журналистском контексте.
Типы источников информации
Существуют два основных типа источников информации:

1. **Первичные источники**: Это данные, собранные непосредственно самим исследователем или журналистом. К первичным источникам относятся интервью, наблюдения, собственноручно проведенные исследования и опросы.
2. **Вторичные источники**: Это данные, уже собранные кем-либо ранее. Они включают архивы новостей, официальные отчеты, книги и статьи.

Первичные данные более надежны для специфических исследований или репортажей, так как они предоставляют информацию “из первых рук”. Вторичные же могут быть полезны для получения общего представления о предмете исследования или подтверждения гипотез.
Методы проверки достоверности источников
Для обеспечения точности публикаций крайне важно проверять достоверность используемых данных:

- **Критическая оценка надежности**: Оценивайте источник на предмет его авторитетности и компетентности.
- **Перекрестная проверка информации**: Сравнивайте полученные данные с информацией из других независимых источников для подтверждения их точности.

- **Использование официальных документов**: Предпочтение стоит отдавать данным из официальных отчетов и публикаций государственных органов.

Интервьюирование

Интервью - это один из ключевых методов сбора первичной информации:

- **Техника проведения интервью**: Подготовьте вопросы заранее, следите за темой разговора.
- **Тактика ведения диалога с респондентом**: Активное слушание способствует раскрытию более глубокой информации от респондента.

Хорошо подготовленное интервью может стать основой для полноценного аналитического материала или репортажа.

Работа с документами и архивами

Документы являются важным элементом верификации фактов:

- **Анализ и систематизация документов**: Умение структурировать документы помогает выявить ключевые детали.
- **Основы архивного поиска**: Изучите базовые методы работы с архивами для эффективного доступа к необходимым документам.

Архивный поиск требует терпения и тщательности; однако найденная информация может значительно обогатить материал уникальными фактами.

Использование статистических методов для анализа данных

Статистика играет важную роль при обработке больших объемов данных:

- Основные статистические инструменты включают средние значения (медиана), стандартное отклонениеи корреляции между переменными.
- Интерпретация данных требует понимания контекста; цифры должны быть представлены таким образом, чтобы они были понятны аудитории без потери информативности.

Применение статистики позволяет обосновывать выводы конкретными числовыми показателями; это повышает доверие читателей к опубликованному материалу благодаря объективным данным вместо субъективных оценок автора статьи/репортажа (если таковые присутствуют).

Основы дата-журналистики

Дата-журналистика — относительно молодой вид деятельности; она сочетает традиционные навыки писателя/редактора/журналиста со способностями обработки цифровых наборов больших объемов числовых текстовых графических аудио-видео файлов путем использования специализированного ПО программирования языков разметки HTML CSS JavaScript Python R SQL NoSQL Hadoop Spark другие современные технологии машинного обучения ИИ нейронных сетей облачных платформ AWS Google Cloud Microsoft Azure IBM Watson пр., обеспечивающего автоматизацию рутины сложной интеллектуальной работы человека по анализу структурированию визуализации результатов исследований преобразовании массивов входной выходной пользовательской интерфейсной логики оформления презентаций отчетностей инфографиков интерактивных карт таблиц графиков диаграмм анимаций видеофрагментов…

Введение в работу с большими данными:

Большие массивы собираются ежедневно многими организациями корпорациями государственными учреждениями частными лицами пользователями интернета социальных сетей мобильных приложений IoT устройств датчиков сенсоров камер микрофонов GPS трекеров других гаджетов подключенных через сети связи передачи обмена хранения обработки трафика

Визуализация данных:

Эффективная визуальная подача материала позволяет быстрее воспринимать информацию за счет использования графиков диаграмм карт схем таблиц анимаций мультимедийных объектов гиперссылок QR-кодов плакатов баннеров афиш буклетов листингов визиток бейджиков надписей вывесок табло индикаторов метров указателей знаков символики логотипа бренда фирменного стиля дизайна оформления упаковки этикетки наклейки ярлыка сертификата лицензии акта договора соглашения контракта оферты пропуска удостоверения паспорта визы билета путевки брони бронирования резерва резервирования абонемента подписки членства участия владения собственности аренды найма проката лизинга кредита займа долга ипотеки заклада залога депозита вклада инвестиций капитала активов пассив баланса балансового отчета прибыли убытков доход расход затрат себестоимость маржинальность рентабельность ликвидность платежеспособность кредитоспособность капитализация дивидендный доход корпоративное управление менеджмент управление персоналом кадровая политика

Тема лекционного занятия:
Раздел 2. Критерии эффективного текста и метрики оценки
Тема 2.1. Эффективное написание текста
Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о эффективности текстов в журналистике.
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:
Письмо и создание текстов — это не только искусство, но и наука. В особенности, когда речь идёт о новостных материалах или контенте для широкого потребления. Понимание структуры текста, умение захватывать внимание и передавать информацию ясно и точно — ключевые навыки для современного автора.
Структура новостного материала
Структура любого текстового материала играет решающую роль в том, насколько эффективно содержимое будет воспринято аудиторией. Важно помнить о трёх основных частях: введении, основной части и заключении.

1. **Введение: Захват внимания**

Для того чтобы привлечь читателя с первых строк, необходимо использовать захватывающие заголовки и интригующие первые фразы. Это может быть интересный факт, вопрос или даже провокационное утверждение. Главное — вызвать любопытство у читателя.

2. **Основная часть: Изложение фактов**

Здесь важно представить основную информацию четко и последовательно. Используйте логическое построение текста: от общего к частному или наоборот — в зависимости от цели сообщения.

- Примеры статистики могут подкрепить ваши заявления.
- Необходимо ссылаться на авторитетные источники информации.

3. **Заключение: Подведение итогов**

Заключительная часть должна не только суммировать основные моменты текста, но также оставлять у читателя чувство завершённости темы или побуждать к дальнейшему размышлению.
Ясность и точность изложения информации
Ясность изложения предполагает использование простого языка без сложных конструкций там, где это возможно:

- **Избегание двусмысленностей**: используйте точные формулировки чтобы избежать неоднозначности.

- **Проверка фактов**: убедитесь в достоверности приводимой информации перед публикацией.

Эти аспекты особенно важны в эпоху информационной перегрузки; аудитория ценит краткость и ясность.

Роль социальных медиа в современной журналистике

Современные платформы социальных медиа значительно изменили ландшафт журналистики:

1. **Распространение контента через социальные платформы**

Социальные сети позволяют мгновенно делиться информацией с широкой аудиторией без необходимости прибегать к традиционным каналам СМИ.

2. **Взаимодействие с аудиторией в реальном времени**

Платформы предоставляют возможность получать обратную связь моментально через комментарии или реакции пользователей.

3. **Мониторинг трендов и общественного мнения**

Использование аналитических инструментов помогает отслеживать актуальные темы обсуждений среди пользователей Интернета.

Использование цифровых инструментов для создания контента

Технологии упрощают процесс создания качественного контента:

1. **Программы для редактирования текста и графики**

Такие инструменты как Microsoft Word для текстового редактора или Adobe Photoshop для обработки изображений являются стандартом индустрии.

2. **Платформы управления проектами**

Trello или Asana помогают организовывать рабочие процессы внутри команды.

3. **Аналитические инструменты оценки эффективности контента**

Google Analytics позволяет анализировать трафик веб-сайта; понимание этих данных помогает улучшать стратегии распространения материалов.

Таким образом можно сказать что успешное создание текстов требует не только таланта писателя но также владения соответствующими технологическими инструментами что делает его более доступным чем когда-либо прежде!

Тема лекционного занятия:

Раздел 2. Критерии эффективного текста и метрики оценки

Тема 2.2. Оценка аудитории и обратная связь

Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о методика оценки воздействия на аудиторию.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

современном медиа-пространстве оценка аудитории является ключевым элементом для понимания эффективности распространения информационного контента. Это позволяет не только измерять уровень интереса к материалам, но и корректировать стратегию их подачи таким образом, чтобы максимально удовлетворить потребности целевой аудитории. В данной лекции мы рассмотрим основные метрики оценки потребления новостей, подходы к сбору обратной связи и использование аналитических инструментов.

Метрики оценки потребления новостей

1. **Охват (Reach)**:
    - **Определение**: Охват представляет собой количество уникальных пользователей, которые увидели ваш контент.

- **Значение**: Показатель охвата помогает понять, насколько широко распространяется информация и сколько человек потенциально могло её воспринять.
- **Методы увеличения охвата**: Использование SEO-оптимизации, сотрудничество с популярными платформами и инфлюенсерами.

2. **Вовлеченность (Engagement)**:
   - **Определение**: Под вовлеченностью понимается уровень взаимодействия пользователей с контентом — это может быть число лайков, комментариев или репостов.
   - **Значение**: Высокая вовлеченность свидетельствует о том, что контент вызывает интерес у аудитории и стимулирует её к взаимодействию.
   - **Способы повышения вовлеченности**: Создание интерактивного контента, проведение опросов и конкурсов.
3. **Анализ отзывов аудитории**:
   - Отзывы пользователей зачастую становятся ценным источником информации о восприятии ими новостей.
   - Анализ комментариев позволяет выявить эмоциональную окраску реакции на материалы.

Сбор обратной связи

Обратная связь от аудитории помогает медиаорганизациям адаптировать свой подход к созданию контента в соответствии с ожиданиями читателей или зрителей. Существует несколько эффективных методов сбора такой информации:

1. **Опросы и анкеты**:
   - Использование онлайн-платформ для создания опросников позволяет быстро собрать данные от широкой аудитории.
   - Примеры вопросов включают оценку качества материалов или предложения по улучшению.
2. **Комментарии на платформах социальных сетей**:
   - Мониторинг обсуждений под публикациями даёт возможность напрямую реагировать на замечания или пожелания зрителей.
3. **Фокус-группы**:
   - Проведение встреч с представителями целевой группы для детального обсуждения их впечатлений о потребляемом контенте.

Использование аналитических инструментов

Современные технологии предоставляют обширные возможности для анализа данных об аудиторном поведении:

1. **Google Analytics & Яндекс.Метрика**:
   - Эти инструменты позволяют отслеживать посещаемость сайта в реальном времени, анализировать поведение посетителей и идентифицировать наиболее популярные страницы.
2. **Социальные медиа-аналитики (например, Hootsuite Analytics)**:
   - Способствуют пониманию того, как пользователи взаимодействуют с медиаконтентом в соцсетях; какие посты вызывают больше всего откликов; какие темы наиболее обсуждаемы среди подписчиков.
3. Использование результатов анализа
   Результаты анализа данных должны применяться для улучшения качества материалов

путём адаптации тематики статей под интересы читателей или изменения стиля подачи информации в зависимости от предпочтений целевой группы населения.

Эффективное управление обратной связью со стороны публики — важнейшее условие успешного функционирования современных масс-медиа компаний!

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Тема занятия:

Раздел 1. Основы эффективности журналистской деятельности
Тема 1.1. Введение в эффективность журналистики
Тема 1.2. Сбор и анализ данных в журналистике

Формы практических заданий: реферат, контрольная работа

Темы рефератов:

1. Понятие и оценка эффективности СМИ в современных условиях
2. Роль обратной связи в повышении качества журналистских материалов
3. Эффективная коммуникация: ключ к успешной журналистике
4. Методы проверки достоверности источников информации в журналистике
5. Интервью как инструмент сбора информации: тактика и техники
6. Использование статистических методов для анализа данных в журналистике
7. Дата-журналистика: работа с большими данными и их визуализация
8. Анализ документов и архивов как основа достоверной информации
9. Современные вызовы эффективного взаимодействия СМИ с аудиторией
10. Критическая оценка надежности вторичных источников информации

Вопросы к контрольной работе:

1. Что такое эффективность в контексте журналистики и почему она важна?
2. Какие ключевые характеристики отличают эффективную журналистскую деятельность?
3. Какую роль играет ясная и точная коммуникация в работе журналиста?
4. Какие методы используют журналисты для проверки достоверности информации из источников?
5. Каковы основные различия между первичными и вторичными источниками информации?
6. Что такое критическая оценка надежности источника, и как она проводится на практике?
7. Какие техники интервьюирования являются наиболее эффективными для получения значимой информации от респондентов?
8. Как осуществляется анализ и систематизация документов при работе с архивами в журналистике?
9. Почему использование статистических методов важно при анализе данных для журналистского материала?
10. Каковы базовые принципы визуализации данных в контексте дата-журналистики, и почему это важно для аудитории?
11. Что включает в себя понятие обратной связи в рамках результативности журналистской деятельности, и как ее можно измерить?
12. Какие шаги предпринимают медиаорганизации для обеспечения эффективности своей работы на современном медиарынке?

Тема занятия:

Раздел 2. Критерии эффективного текста и метрики оценки
Тема 2.1. Эффективное написание текста
Тема 2.2. Оценка аудитории и обратная связь

Формы практических заданий: дискуссия, практические задания, контрольная работа

Практические задания:

1. Создание новостного материала: напишите краткую новостную статью на актуальную тему. Убедитесь, что структура включает введение с захватом внимания, основную часть с изложением фактов и заключение с подведением итогов. Оцените ясность и точность изложения.
2. Анализ социальных медиа: выберите одну актуальную новость и проанализируйте её распространение через социальные медиа. Обратите внимание на количество лайков, комментариев и репостов. Какой эффект это оказало на восприятие новости?
3. Проверка фактов: возьмите статью из любого источника и проведите проверку фактов, изложенных в ней. Поделитесь своими выводами о достоверности информации.
4. Инструменты для создания контента: используйте программы для редактирования текста или графики для создания визуального сопровождения к вашей статье.
5. Обратная связь от аудитории: проведите краткий опрос среди друзей или коллег о том, как они воспринимают вашу статью или созданный контент. Какие предложения по улучшению они дают?
6. Использование аналитических инструментов: примените любой доступный аналитический инструмент (например, Яндекс Метрика) к своему блогу или странице в социальной сети и оцените эффективность вашего контента по охвату и вовлеченности аудитории.

Вопросы к контрольной работе:

1. Какие ключевые элементы должны присутствовать в структуре новостного материала?
2. Почему важно захватить внимание читателя во введении текста?
3. Какую роль играет ясность и точность изложения информации в журналистике?
4. Какие приемы используются для проверки фактов и их достоверности при написании текста?
5. Как социальные медиа влияют на распространение новостного контента?
6. Какие методы взаимодействия с аудиторией через социальные платформы наиболее эффективны?
7. Какова роль аналитических инструментов в оценке эффективности контента?
8. Какие метрики помогают определить вовлеченность аудитории при анализе потребления новостей?
9. Почему важно избегать двусмысленностей в тексте, особенно в новостных материалах?
10. Как использование простого и понятного языка может повлиять на восприятие информации читателем?
11. В чем заключается важность мониторинга трендов и общественного мнения для современных СМИ?
12. Каким образом результаты анализа обратной связи могут способствовать улучшению качества материалов?

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1 (Семестр 8)	
Раздел 1. Основы эффективности журналистской деятельности Тема 1.1. Введение в эффективность журналистики Тема 1.2. Сбор и анализ данных в журналистике	Подготовка реферата
	Подготовка к контрольной работе
Раздел 2. Критерии эффективного текста и метрики оценки Тема 2.1. Эффективное написание текста Тема 2.2. Оценка аудитории и обратная связь	Подготовка практических заданий
	Подготовка к контрольной работе

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень тем рефератов к Разделу 1:

1. Понятие и оценка эффективности СМИ в современных условиях
2. Роль обратной связи в повышении качества журналистских материалов
3. Эффективная коммуникация: ключ к успешной журналистике
4. Методы проверки достоверности источников информации в журналистике
5. Интервью как инструмент сбора информации: тактика и техники
6. Использование статистических методов для анализа данных в журналистике
7. Дата-журналистика: работа с большими данными и их визуализация
8. Анализ документов и архивов как основа достоверной информации
9. Современные вызовы эффективного взаимодействия СМИ с аудиторией
10. Критическая оценка надежности вторичных источников информации

Вопросы к контрольной работе:

1. Что такое эффективность в контексте журналистики и почему она важна?
2. Какие ключевые характеристики отличают эффективную журналистскую деятельность?
3. Какую роль играет ясная и точная коммуникация в работе журналиста?
4. Какие методы используют журналисты для проверки достоверности информации из источников?
5. Каковы основные различия между первичными и вторичными источниками информации?
6. Что такое критическая оценка надежности источника, и как она проводится на практике?
7. Какие техники интервьюирования являются наиболее эффективными для получения значимой информации от респондентов?
8. Как осуществляется анализ и систематизация документов при работе с архивами в журналистике?
9. Почему использование статистических методов важно при анализе данных для журналистского материала?
10. Каковы базовые принципы визуализации данных в контексте дата-журналистики, и почему это важно для аудитории?
11. Что включает в себя понятие обратной связи в рамках результативности журналистской деятельности, и как ее можно измерить?
12. Какие шаги предпринимают медиаорганизации для обеспечения эффективности своей работы на современном медиарынке?

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Практические задания к Разделу 2:

1. Создание новостного материала: напишите краткую новостную статью на актуальную тему. Убедитесь, что структура включает введение с захватом внимания, основную часть с изложением фактов и заключение с подведением итогов. Оцените ясность и точность изложения.
2. Анализ социальных медиа: выберите одну актуальную новость и проанализируйте её распространение через социальные медиа. Обратите внимание на количество лайков, комментариев и репостов. Какой эффект это оказало на восприятие новости?
3. Проверка фактов: возьмите статью из любого источника и проведите проверку фактов, изложенных в ней. Поделитесь своими выводами о достоверности информации.
4. Инструменты для создания контента: используйте программы для редактирования текста или графики для создания визуального сопровождения к вашей статье.
5. Обратная связь от аудитории: проведите краткий опрос среди друзей или коллег о том, как они воспринимают вашу статью или созданный контент. Какие предложения по улучшению они дают?
6. Использование аналитических инструментов: примените любой доступный аналитический инструмент (например, Яндекс Метрика) к своему блогу или странице в социальной сети и оцените эффективность вашего контента по охвату и вовлеченности аудитории.

Вопросы к контрольной работе к Разделу 2:

1. Какие ключевые элементы должны присутствовать в структуре новостного материала?
2. Почему важно захватить внимание читателя во введении текста?
3. Какую роль играет ясность и точность изложения информации в журналистике?
4. Какие приемы используются для проверки фактов и их достоверности при написании текста?
5. Как социальные медиа влияют на распространение новостного контента?
6. Какие методы взаимодействия с аудиторией через социальные платформы наиболее эффективны?
7. Какова роль аналитических инструментов в оценке эффективности контента?
8. Какие метрики помогают определить вовлеченность аудитории при анализе потребления новостей?
9. Почему важно избегать двусмысленностей в тексте, особенно в новостных материалах?
10. Как использование простого и понятного языка может повлиять на восприятие информации читателем?
11. В чем заключается важность мониторинга трендов и общественного мнения для современных СМИ?
12. Каким образом результаты анализа обратной связи могут способствовать улучшению качества материалов?

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
САМООРГАНИЗАЦИЯ И ЛИЧНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕДИАМЕНЕДЖЕРА

Направление подготовки
«42.03.02 Журналистика»

Направленность
Журналистика

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г..

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При

неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос — это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ПОВЕДЕНИЯ ЛИЧНОСТИ	
Тема 1.1. Понятие и функции самоменеджмента	Соотношение понятий самоорганизация и самоменеджмент. Соотношение понятий менеджмент и управление. Субъект и объекта управления. Собственное поведение как объект управления. Основные функции самоменеджмента.
Тема 1.2. Основные психологические теории личности	Классическая бихевиористкая модель поведения личности. Поведение личности с точки зрения теории психоанализа. Ценностные установки и поведение личности. Теория жизненных позиций Э. Берна. Стресс и его влияние на поведение личности. Теория стресса Г. Селье. Приемы самопрограммирования поведения. Аутогенный менеджмент и психотренинг. Внутренний аудит. Самонаблюдение.
Раздел 2. ПРИЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВРЕМЕНЕМ И ПОВЕДЕНИЕМ	
Тема 2.1. Управление временем	Понятие и свойства времени как социального процесса. Умение управлять временем как фактор результативности работы менеджера. Недооценка значения времени. Целеполагание и конкретизация цели во времени. Планирование времени. Принципы планирования времени. Принцип 60:40. Принцип регулярности планирования. Принцип системности планирования. Принцип реалистичности планирования. Принцип письменной формы планирования. Принцип установления временных норм и сроков исполнения.

	Принцип разнообразия. Принцип делегирования. Принцип согласования. Принцип планирования временными блоками. Принцип приоритетов. Матрица Эйзенхауэра. Принцип уточнения приоритетов. Аудит времени. «Поглотители времени» по А. Маккензи.
Тема 2.2. Управление поведением в условиях конфликта	Понятие и виды конфликтов. Стратегии конфликтного поведения. Стратегия избегания. Стратегия соперничества. Стратегия приспособления. Стратегия компромисса. Стратегия сотрудничества. Тактика конфликтного поведения. Порядок действий в применении различных тактик конфликтного поведения. Определение сущности и содержания конфликта. Выбор стиля общения с оппонентом. Эмпатия и умение слушать других. Помехи общения. Управление эмоциями. Способы разрешения конфликта.

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной

дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ПОВЕДЕНИЯ ЛИЧНОСТИ

Тема 1.1. Понятие и функции самоменеджмента

Вопросы для самоподготовки:

1. Проблема человеческого существования и работа со своим будущим.
2. Сущность футурологического прогноза.
3. Будущее человечества и новая картина мира
4. Построение цели личностного развития по технологиям SMART, Objectives & Key Results (OKR), HARD, KPI, BSQ.
5. Управление временем и приоритизация жизненных и профессиональных задач.

Тема 1.2. Основные психологические теории личности

Вопросы для самоподготовки:

1. Технологии построения индивидуального образовательного маршрута и создание личной ресурсной карты.
2. Развитие мягких навыков и эмоционального интеллекта.
3. Жесткие навыки и профессиональная карьера.
4. *Теория жизненных позиций Э. Берна*
5. *Стресс и его влияние на поведение личности*

РАЗДЕЛ 2. ПРИЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВРЕМЕНЕМ И ПОВЕДЕНИЕМ

Тема 2.1. Управление временем

Вопросы для самоподготовки:

1. Время как невосполнимый ресурс.
2. Поглотители времени.
3. Способы минимизации неэффективных расходов времени.
4. Хронометраж как система учета и контроля расходов времени.
5. Определение понятия хронометраж, суть и задачи хронометража. Характеристика техники полного хронометража.

Тема 2.2. Управление поведением в условиях конфликта

Вопросы для самоподготовки:

1. Необходимость корпоративного внедрения тайм-менеджмента.
2. Предпосылки и определение корпоративного тайм-менеджмента.
3. Тайм-менеджмент в программе корпоративного университета
4. *Принцип приоритетов. Матрица Эйзенхауэра.*
5. *Принцип уточнения приоритетов*

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ПОВЕДЕНИЯ ЛИЧНОСТИ

Тема 1.1. Понятие и функции самоменеджмента

Не предусмотрены

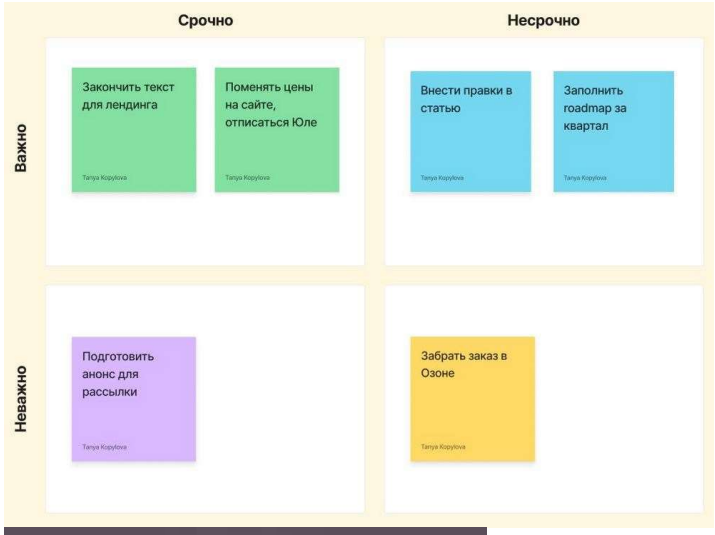
Тема 1.2. Основные психологические теории личности

Не предусмотрены

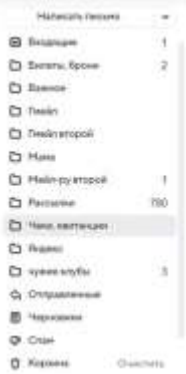
РАЗДЕЛ 2. ПРИЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВРЕМЕНЕМ И ПОВЕДЕНИЕМ

Тема 2.1. Управление временем

Иллюстрации:







1

- [ ] Заверстать 40 страниц в книжке

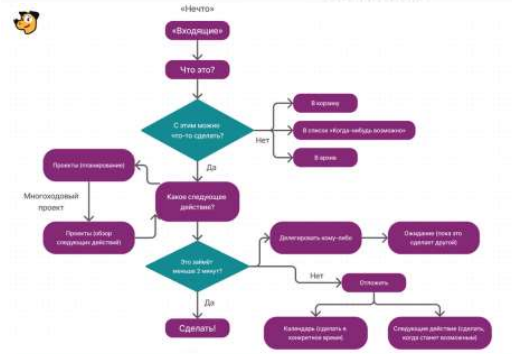
3

- [ ] Редактура: маркетиновые каналы
- [ ] Аптека: сделать заказ и выкупить
- [ ] Подготовить анонсы для Алины

5

- [ ] Чекнуть готовые статьи
- [ ] Сформировать отложку
- [ ] Сделать список категорий (шаблоны)
- [ ] Повесить занавеску
- [ ] Убрать зимнюю одежду и обувь





Блог
Проверить готовые статьи и поставить в отложку
Редактура: курсы по копирайтингу
Редактура: как работает рынок отзывов и накруток

Сайт
Подготовить правки для страницы валидатора
Контент для страницы благодарности новый
Чекнуть задачи по формам подписки и проверить попапы
Составить список ближайших категорий в шаблонах

Щи
Подготовить анонсы новых статей

Другие задачи
Найти все книжки (задача девопсам?)
Закончить вёрстку первой книги
Посмотреть презу партнёрки, запланировать время на задачу

Статья 1

От автора А,
который сдаёт отличные материалы.
Будет минимум правок.

Статья 2

От автора А,
который сдаёт отличные материалы.
Будет минимум правок.

Статья 3

От автора В
на узкую и хорошо знакомую мне тему.

Статья 4

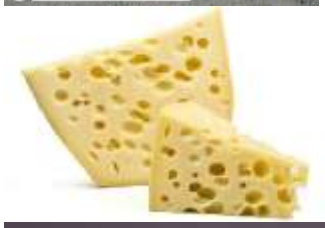
Большая, на сложную тему,
а у автора С есть проблемы со стилистикой.

Редактура
Сбор информации
Написание статей/лендингов и т.д.
Апдейты статей
Анонсы для Щей

Задачи в таск-трекере: поставить, проверить, обновить статусы
Задачи на оплаты авторам и дизайнерам
Проверка свёрстанных статей
Сформировать отложку из готовых статей, внести в план публикаций с датами
Вёрстка статей
Подготовка визуалов

Редактура: кликбейт
Редактура: пуш-уведомления для бизнеса
Редактура: закон про иностр. слова
Апдейт Новичкам: автоматизация
Апдейт Новичкам: статистика (баз. и продвинутая)
Оплаты авторам поставить
Шаблоны: собрать визуалы для 15 шаблонов
Шаблоны: создать карточки, заполнить
Чек вёрстки дистрибьюторов
Список обложек для статей собрать
Анонсы в Щи
Анонс для Честно
Погенерить темы для блога
Бенчмарк по блогам









До		После	Баллы
[redacted]			
[redacted]			
[redacted]			
[redacted]			
[redacted]			
[redacted]			
[redacted]			

Тема 2.2. Управление поведением в условиях конфликта
Не предусмотрены

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «ВВЕДЕНИЕ В РЕКЛАМУ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций,

семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные

сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует

рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки

сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;

– в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;

– знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;

– свободное владение терминологией;

– ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;

– единичные ошибки в терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;

– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;

– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

– незнание терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы,

периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина ПРОДЮССИРОВАНИЕ МЕДИАКОНТЕНТА
2. Тема лекционного занятия.
Раздел 1. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ПОВЕДЕНИЯ ЛИЧНОСТИ
Тема 1.1. Понятие и функции самоменеджмента
3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний этапов проектирования коммуникативных компаний.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Соотношение понятий самоорганизация и самоменеджмент. Соотношение понятий менеджмент и управление. Субъект и объекта управления. Собственное поведение как объект управления. Основные функции самоменеджмента	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Раздел 1. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ПОВЕДЕНИЯ ЛИЧНОСТИ
Тема 1.1. Понятие и функции самоменеджмента
Текст лекции

Что такое самоменеджмент?

Самоменеджмент представляет собой последовательное и целенаправленное использование испытанных методов работы в повседневной практике, для того чтобы оптимально и со смыслом использовать своё время.

Основная цель самоменеджмента состоит в том, чтобы максимально использовать собственные возможности, сознательно управлять течением своей жизни (самоопределяться) и преодолевать внешние обстоятельства как на работе, так и в личной жизни Зайверт Л. Ваше время - в Ваших руках. М.: Интерэксперт, ИНФРА-М, 1995. С10. .

Как и большинству наук, искусству управлять собой, так и другими, нужно учиться. Кто не научиться управлять собой, тот не сможет управлять другими - гласит древняя мудрость. Как можно хорошо понимать других, если не понимаешь самого себя. Потому, прежде всего, человек должен познать самого себя. Есть два пути познания себя: один - внешний, а другой - внутренний. Внешний путь направлен на развитие и совершенствование таких внешних средств, как ум и способности. Внутренний путь ориентирован на развитие и

совершенствование той части сущности человека, которую называют душа. “Ищите прежде царства божия, и все остальное приложится вам”. Эти пути совершенно разные и ведут совершенно к разным результатам. Они диаметрально противоположны.

Каждому человеку вообще и в особенности тому, кто готовит себя к работе организатора-менеджера или уже является таковым, в первую очередь, необходимо уметь превратить ситуацию, для которой типична неупорядоченность действий, обусловленная внешними обстоятельствами, в ситуацию направленных и выполнимых задач. Даже тогда, когда на вас со всех сторон сваливаются разные задания и работа прямо-таки захлестывает, можно благодаря последовательному планированию времени и использованию методов научной организации труда лучше осуществлять свою деятельность, каждый день выделяя резерв времени (в том числе и для досуга) для действительно руководящих функций.

Л. Зайверт совершенно обоснованно напоминает о том, что улучшать свою жизнь необходимо с самого себя. «Измени себя - и ты изменишь мир вокруг себя». Вместо того, чтобы менять обстоятельства, которые мы и так не в силах изменить, нужно изменить своё отношение к ним.

Л. Зайверт дает практические рекомендации для тех, кто хочет улучшить свое непосредственное исполнение функций руководителя, меньше засиживаясь на работе, эффективнее выполняя возложенные задачи с меньшими затратами времени, предупреждая стрессы, повышая квалификацию. Он предлагает контролировать то, чего всем нам часто не хватает - время - путем составления планов работы, где каждому виду деятельности нужно уделять место, указав временный интервал, то-есть определив, какую долю свободного времени, с помощью которого можно научиться контролировать себя и контролировать исполнение каждодневных задач.

Ежедневное решение разного рода задач и проблем можно представить в виде различных функций, которые находятся в определенной взаимозависимости между собой и, как правило, осуществляются в определенной последовательности. Процесс самоменеджмента в аспекте последовательности выполнения конкретных функций охватывает шесть фаз:

постановка цели - анализ и формирование личных целей;

планирование - разработка планов и альтернативных вариантов своей деятельности;

принятие решений по конкретным делам;

организация и реализация - составление распорядка дня и организация личного трудового процесса с целью реализации поставленных задач;

контроль - самоконтроль и контроль итого (в случае необходимости - корректировка целей);

информация и коммуникация - фаза, свойственная в определенной степени всем функциям, так как и коммуникация, и обмен информацией необходимы на всех фазах самоменеджмента.

Отдельные функции не обязательно строго следуют одна за другой, а могут переплетаться.

1.2 Основы и методики планирования и принятия решений

Существует несколько методик планирования времени и принятия решений. Рассмотрим некоторые из них.

Метод «Альпы» включает в себя пять стадий:

Составление заданий дня.

Оценка длительности акций.

Резервирование времени «про запас».

Принятие решений по приоритетным, сокращениям и перепоручению (делегирование).

Последующий контроль - перенос несделанного Зайверт Л. Указ. Соч. С. 91 .

Ведение дневника времени, который представляет собой одновременно календарь-памятку, личный дневник, записную книжку, инструмент планирования, справочник, абонементную книжку, картотеку идей и инструмент контроля.

Применение принципа Парето (соотношение 80 : 20) состоит в том, что если все рабочие функции рассматривать с точки зрения их эффективности, то окажется, что 80 % конечных результатов достигается за 20% затраченного времени, тогда как остальные 20% итога «поглощают» 80% рабочего времени Зайверт Л. Указ. Соч. С. 111.

Установление приоритетов с помощью анализа АБВ включает в себя три закономерности:

Важнейшие задачи (категория А) составляет примерно 15 % количества всех задач и дел, которыми занят руководитель. Собственная значимость этих задач (в смысле вклада в достижение цели) составляет, однако, примерно 65 %;

На важные задачи (категория Б) приходится в среднем общего числа и также 20 % значимости задач и для руководителя;

Менее важные и несущественные задачи (категория В) составляет, напротив, 65 % общего числа задач, но имеют незначительную долю - около 15 % в общей «стоимости» всех дел, которые нужно выполнить.

Нужно учесть, что установление приоритетов - важное правило эффективной технической работы. Нужно уяснить, что не все можно сделать и не все нужно сделать. Всегда надо начинать с самых важных дел.

Анализ по принципу Эйзенхауэра

Согласно этому правилу устанавливаются по таким критериям, как срочность и важность дела.

В зависимости от степени срочности и важности задачи различаются четыре возможности их оценки и (в итоге) выполнением:

срочные/важные дела. За них нужно приниматься немедленно и самому их выполнять.

Срочные/менее важные дела.

Менее срочные/ важные задачи. Их не надо выполнять срочно. Но нужно проконтролировать, чтобы они не перешли в разряд срочных дел.

Менее срочные / менее важные задачи Зайверт Л. Указ. Соч. С. 118.

.

Рассмотренные аспекты самоменеджмента по своему характеру носят рационалистический подход или так называемый западный, развивающий способности и силу ума.

Задачи самоменеджмента учитывают и такой фактор деятельности человека, как биологический, который включает в себя понятие естественного ритма работы индивидуально для каждого человека и понятие биоритмов.

Работоспособность каждого человека подвержена определенным колебаниям, происходящим в рамках естественного ритма. Говорят обычно о «человеке утра» или «жаворонке» и о «человеке вечера» или «сове». Пик работоспособности приходится у них на разные периоды дня. Каждый из нас может приспособиться к этим колебаниям своей работоспособности. Необходимо изучать свои способности и использовать эти закономерности в своем распорядке дня.

В жизни каждого человека присутствуют и воздействуют три различных потоков энергии:

физический ритм (влияет на физическую силу и на силу воли);

психический ритм (обуславливает динамику чувств, настроений, творческих сил);

интеллектуальный ритм (влияет на умственные способности).

Поскольку продолжительность отдельных периодов различна (23, 28 и 33 дня), у каждого человека всегда наблюдаются различные, постоянно меняющиеся комбинации характеристик физического, психологического и интеллектуального состояния.

Учет своего индивидуального биоритмического состояния позволяет улучшить работоспособность, учитывая его при составлении планов работы.

1.3 Методы искусства управления

Искусство управления, как и всякий другой вид творчества, обязательно имеет в своей основе талант, оригинальность и самобытность личности. Талант руководителя проявляется в его яркой индивидуальности, нестандартности, в его особом образе мышления и широком кругозоре. Но любое воздействие одного человека на другого должно осуществляться с гуманной целью, с полным пониманием силы своего умения и ответственности за свои действия перед обществом, будь то боевые приемы рукопашного боя, гипноз или методы искусства управления. Воздействие на человека силой своего умения и отточенного мастерства может оказаться непоправимо безнравственным, хотя в повседневной жизни мы всегда пытаемся влиять на поведение окружающих людей любыми доступными нам средствами.

Методы искусства управления универсальны, т. е. пригодны для применения в различных ситуациях, от публичного выступления до уровня межличностных отношений. Успешность любых вербальных, словесных контактов всегда зависит от множества сложных, взаимосвязанных психологических факторов, от того, кому, когда и как разумнее изложить свои аргументы, постоянно помня о конечной цели диалога и направляя его в нужное русло.

Метод Сократа

Неоценимый вклад в мировую цивилизацию внесли великие мыслители Древней Греции, среди которых не меркнет ими Сократа (ок. 469-399 гг. до н. э.) - Учителя и Гражданина, создателя знаменитой афинской школы философии и риторики. Основы учения Сократа, который принципиально ничего не писал, известны лишь из сочинений его многочисленных учеников: Платона, Аристиппа, Антисфена, Евклида и позже - Аристотеля. Платон так высоко чтил своего учителя, что вывел его главным персонажем всех своих философских диалогов. Сократ сформулировал сверхсложные задачи познания - познай самого себя и научись искусству жить, дал определения таким этическим понятиям, как мужество, доблесть, справедливость, свои исследования сравнивал с «искусством повивальной бабки», обосновал критическое отношение к догматическим утверждениям, получившим название «сократовской иронии». Исследуя проблемы человеческого общения, Сократ особое внимание уделял диалогу. Диалог развивается в непосредственном словесном контакте, в общении и является интерактивным поиском истины, искусством рассуждений и доказательств.

В современной риторике, в искусстве убеждать заслуженной известностью пользуется один из способов ведения диалога, получивший название метода Сократа, который неоднократно демонстрировал свое мастерство ведения диспутов, споров. Его метод ведения диалога строился на блестящем умении так строить логическую цепь умозаключений, что его оппонент был вынужден соглашаться с каждым доводом на любом этапе диалога, т. е. отвечать «да, да, да» на каждой позиции логического построения Сократа. На этих диспутах Сократ, убедив своего оппонента, мог шутя доказать правильность рассуждений как своих, так и противоположной стороны, хотя постоянно подчеркивал, что всякое умение, если оно не опирается на справедливость и добродетель, является плутовством, а не мудростью.

Любопытное подтверждение разумности приемов Сократа и учеников его школы нашла современная физиология. Оказывается, оппонент, подготовленный к спору и настроенный весьма настороженно, даже агрессивно, соглашаясь в начале диалога с совершенно очевидными мыслями Сократа, успокаивался, его возбуждение падало, сердцебиение приходило в норму, его воля ослабевала, как и способность спорить с очевидными на первый взгляд истинами. В итоге искусно составленная логическая концепция Сократа побеждала.

Метод трех раундов

Искусство управления рекомендует еще один метод ведения диалога, точнее, способ убедить оппонента в правильности и разумности именно вашего предложения. Этот прием можно условно назвать методом трех раундов, так как модель ведения диалога чаще всего строится из трех частей (возможен и более сложный алгоритм этого метода). В первой части диалога (первый раунд) вы коротко излагаете суть проблемы или ситуации, соглашаясь с доводами вашего, скажем, руководителя и вызывая, таким образом, его положительные реакции (метод Сократа!). Во втором раунде вы даете несколько альтернативных вариантов решения проблемы, упомянув, в том числе и свой, желанный. И в третьем раунде, когда сам оппонент поймет, что ненавязчиво упомянутый вами вариант - лучший, нужно согласиться с ним.

Этот метод эффективен и в принципиально иных ситуациях - когда его применяет руководитель. Ему, скажем, необходимо добиться выполнения важных, но непопулярных в коллективе мероприятий. Можно провести совещание с руководителями структурных подразделений, можно подготовить соответствующий приказ и обязать коллектив выполнять необходимые мероприятия, но скрытных оппозиционных настроений, а может быть, и прямой критики в свой адрес руководителю не избежать. Но можно пойти и иным путем: пригласить двух-трех ведущих специалистов, к мнению которых особенно прислушивается коллектив, и

поручить им, опытным и уважаемым профессионалам (это подчеркивается особо!), в четко обозначенный срок подготовить вариант решения возникшей проблемы. Важно согласиться с оценками специалистов важности проблемы и предварительными вариантами ее решения. Собравшись вновь, выслушав и в основном одобрив предложения специалистов, ненавязчиво внести свои принципиальные коррективы (в этом случае второй раунд с производственной точки зрения особо сложен, но убедить двух-трех человек всегда проще, чем весь коллектив). И, наконец, третий раунд: проводится совещание, на котором возглавляющий группу специалист докладывает о разработанных мероприятиях и после обсуждения и критики (в адрес, естественно, докладчика!) руководитель соглашается с его мнением.

Попытки добиться желаемого без достаточной аргументации вашей позиции и разумности предлагаемого варианта, без предварительной настройки оппонента на благожелательный тон беседы редко дают положительный результат. Сфера диалогического общения чрезвычайно обширна, от обычной беседы двух людей, отца и сына, руководителя и подчиненного до научной дискуссии и дипломатической полемики. Часто диалог государственных лидеров «один на один» может разрешить сложнейшие проблемы более успешно, чем долгие дипломатические переговоры.

Метод Штирлица

Одним из самых сложных и противоречивых инструментов управления является управленческое решение. В его основе лежит обоснованная разработка директивного документа, организующего и стимулирующего совместную деятельность членов коллектива. Чаще всего разрабатываются оперативные решения, обеспечивающие тактические, частные управленческие задачи: сроки выполнения, изменения в технологии кадровые вопросы и т. п. Более глубоких творческих проработок требуют стратегические решения, которые зачастую касаются структурных изменений, вопросов перестройки привычного хода производства и постоянно сопровождаются негативными реакциями сторонников сложившихся, апробированных форм и методов работы. Сопротивления управленческим нововведениям можно ожидать не только со стороны рядовых сотрудников, но иногда и от высоких руководителей, ревниво относящихся к творческим идеям, им не принадлежащим. Отстоять свою идею, убедить оппонентов в своей правоте не всегда удается даже опытным, владеющим методами искусства управления и деловой полемики специалистам, и иногда приходится искать нестандартные, обходные пути.

Непрост в реализации прием, позволяющий навязать, «протолкнуть» свою идею, свой план вышестоящему руководителю или коллективу, условно называемый «методом Штирлица» (по фамилии героя популярного кинофильма, где этот метод наглядно демонстрируется в разговоре «нашего» интеллектуального супермена Штирлица с «очень плохим», но умным - редкий случай в нашем кино! - оппонентом, его начальником Шелленбергом). Суть этого метода: во время приватного разговора или на совещании нужно ненавязчиво, как бы вскользь, среди других вариантов решения упомянуть о своей идее и немедленно «забыть « ее. Если ваш начальник умен, то сразу же оценит разумность вашей мысли и потом, продумав ее, предложит эту идею как свою, значительно расширив ее, уточнив и конкретизировав. Человеку свойственно доверять больше идеям, родившимся в собственной голове, чем чужим. Ведь чаще всего вам важно добиться своей цели, а не тешить авторское самолюбие! Этот метод интуитивно хорошо знают и блестяще применяют многие умные жены: после неоднократных и деликатных намеков, вздохов и якобы сомнений произносится желанная итоговая фраза: «Что ж, пусть так и будет, как ты, мой умненький, сказал...» Другой вариант этого метода хорошо знают опытные чиновники: час-то разумное, на ваш взгляд, или выгодное для вас управленческое решение лучше не предлагать напрямую руководству, а подготовить его среди других пунктов плана работ. В результате такой нехитрой

бюрократический игры вы вскоре получите утвержденный план работ, в котором будет строгое предписание подготовить в такой-то срок нужное вам решение.

Метод «лягушка в сметане»

Жизнь не стоит на месте, окружающий мир находится в непрерывном диалектическом развитии. Общественный прогресс не имеет линейного характера, восходящая линия развития общества есть результат взаимодействия многообразных процессов, и среди них решающая роль целенаправленной деятельности людей. Все стороны жизни общества - от социально-производственной деятельности до семейных отношений - являются ареной непрекращающихся настойчивых поисков, импровизаций, случайностей, ошибок и находок, ведь человек обязан искать способы адаптации к изменяющейся среде.

Иногда в ход жизни врывается непредвиденное и ломает привычные стереотипы: осложнения на работе, серьезная болезнь, трения в семье. Человек начинает искать выход из экстремальной ситуации, в тревоге мечется, старается вновь и вновь безуспешно следовать привычным методам, совершает новые ошибки или замирает в безысходной апатии. Такую ситуацию хорошо иллюстрирует известный эксперимент: в горизонтально лежащую бутылку поместили пчел и мух. Мудрые якобы пчелы стали настойчиво, до полного истощения биться о стекло в безнадежных поисках выхода, а глупые мухи хаотично метаться в бутылке и через несколько минут вырвались на свободу. В сложной, неординарной ситуации редко удается решить проблемы традиционными способами, нужно искать новые, нетривиальные методы, хотя и метод хаотичных проб и ошибок не всегда приводит к желанной цели (мухам очень повезло!).

В обеспеченной, благополучной семье жена за многие годы совместной жизни совершенно уверена в прочной привязанности мужа к ней и к детям, она перестает следить за своей внешностью, становится самоуверенной, сварливой, неряшливой. После бесконечных выяснений отношений с недовольным супругом, обсуждений ситуации с мудрой, но не всегда объективной мамой, телефонных советов закадычных подруг (увы, подруги часто делают вид, что проявляют сострадание, а в действительности тщательно избегают его) жена не всегда принимает верное решение или принимает его с опозданием. Есть даже термин - «куриный эффект»: курица решается перебежать дорогу в самый последний момент, когда ситуация становится уже весьма опасной! Когда наступает кризисная ситуация, то у людей часто возникает ощущение обреченности, бессилия, у них опускаются руки и парализуется воля. Иногда у человека прочно вырабатывается известный «эффект буриданова осла», когда бесконечные сомнения, нерешительность, неспособность сделать выбор приводят к самым тяжелым психическим травмам. В этом случае крах неминуем. Здесь уместно вспомнить притчу о двух лягушках, попавших в кувшин со сметаной. Одна из них, считая положение безнадежным, прекратила борьбу и погибла. Другая продолжала бороться до конца, она пыталась выпрыгнуть из кувшина, отчаянно работала лапками, сбила из сметаны масло и в итоге смогла выбраться на волю.

Делегирование полномочий

Делегирование представляет собой передачу задач и полномочий , тот, кто принимает полномочия принимает ответственность за них. Полномочия ограничены планами, правилами и устными распоряжениями. Линейные полномочия - право использовать ресурсы организации для выполнения делегированных задач. Результатом линейных полномочий является цепь команд. Штабные (аппаратные) полномочия помогают организациям использовать специалистов без нарушения принципа единоначалия. Включают рекомендательные полномочия, обязательные согласования, параллельные и функциональные

полномочия. Делегирование эффективно при условии, если объем полномочий соответствует делегированной ответственности. Положительные факторы:

* делегирование освобождает руководителей от выполнения несвойственных рутинных операций, высвобождая время для решения более важных вопросов.

* является целенаправленной формой повышения квалификации и способа использования их квалификации и опыта.

* положительно влияет на мотивацию, это способствует раскрытию способностей, проявлению инициативы и самостоятельности.

1. Учебная дисциплина ПРОДЮССИРОВАНИЕ МЕДИАКОНТЕНТА
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 1. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ПОВЕДЕНИЯ ЛИЧНОСТИ
Тема 1.2. Основные психологические теории личности
3. Цели занятия

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, а также в выборе коммуникационных каналов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Классическая бихевиористкая модель поведения личности. Поведение личности с точки зрения теории психоанализа. Ценностные установки и поведение личности. Теория жизненных позиций Э. Берна. Стресс и его влияние на поведение личности. Теория стресса Г. Селье. Приемы самопрограммирования поведения. Аутогенный менеджмент и психотренинг. Внутренний аудит. Самонаблюдение	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. РАЗДЕЛ 1. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ПОВЕДЕНИЯ ЛИЧНОСТИ
Тема 1.2. Основные психологические теории личности
Текст лекции

Теория – это система взаимосвязанных идей, построений и принципов, имеющая своей целью объяснение различных наблюдений над реальностью.

Теория личности – это тщательно выверенные умозаключения или гипотезы о том, что представляет собой человек, как он себя ведет и почему поступает так, а не иначе.

Ключевым компонентом в любой теории личности являются концепция развития личности и вопрос о том, как мотивационные аспекты функционирования личности меняются от младенчества до зрелости и старости, а также определение факторов (генетических или средовых), влияющих на личность. На положения конкретной теории глубоко и основательно влияют взгляды автора на природу личности. Теория личности обеспечивает смысловой контекст, в котором становится возможным описывать и интерпретировать поведение человека.

Различные теории личности можно свести к нижеследующей классификации (см. Р. С. Немов).

Бихевиоризм (англ. *behavior* – поведение). Основоположник бихевиоризма Дж. Уотсон (1878 – 1958) в начале XX в. рассматривал поведение человека как адаптацию живого существа к

окружающей его среде. С точки зрения Дж. Уотсона, поведение – это система реакций. Прочитав (в немецком и французском переводе) труды В. М. Бехтерева и И. П. Павлова, Дж. Уотсон окончательно утвердился во мнении, что условный рефлекс должен стать главной единицей анализа поведения и является ключом к выработке навыков, построению сложных движений из простых, а также к любым формам поведения, в том числе носящим аффективный характер. Он считал, что нет ни одного действия, за которым не стояла бы причина в виде внешнего стимула. Главная формула бихевиоризма «S – R» (стимул – реакция). Основные исследовательские задачи бихевиористов сводились к следующему: выявление и описание типов реакций, исследование процессов их образования, изучение законов комбинаций; в качестве более общей и окончательной задачи: по ситуации (стимулу) предсказать поведение (реакцию) человека и по характеру реакции определить вызвавший ее стимул.

Согласно теории бихевиоризма, классическое (по И. П. Павлову) и оперантное (фиксирующееся при подкреплении любого действия и впоследствии воспроизводящееся с большей легкостью) обусловливания являются универсальным механизмом научения, общим и для животного, и для человека. При этом процесс научения представляется как вполне автоматический, не требующий проявления активности человека. Для «закрепления» в нервной системе успешной реакции достаточно использования лишь подкрепления независимо от воли и желаний самого человека. Отсюда бихевиористы делали вывод о том, что с помощью стимулов и подкрепления можно буквально «лепить» любое поведение человека, манипулировать им, что поведение человека жестко «детерминировано» и зависит от внешних обстоятельств и прошлого опыта.

Формула «S – R» оказалась достаточно ограниченной. В данной теории игнорируется существование сознания, т.е. внутреннего психического мира человека, что само по себе неверно. Распространение бихевиористских взглядов способствовало изучению психических явлений с естественнонаучных позиций.

Необихевиоризм. Попытки включить в исходную бихевиористскую программу категории мотива и психосоциального отношения привели к новому направлению – необихевиоризму.

Один из представителей позднего бихевиоризма Э. Толмен (1886 – 1959), американский психолог, предложил ввести в схему «S – R» существенную поправку, поместив между S и R так называемые «промежуточные переменные» – V. В результате схема приобретает вид «S – V – R». Под «промежуточными переменными» Э. Толмен понимал внутренние процессы, которые опосредуют действие стимула, такие как: цели, намерения, образы ситуаций.

Э. Толмен в 30-е годы XX в. описал поведение как систему, связанную со своим окружением сетью познавательных отношений («что ведет к чему»). Организм человека не просто сталкивается со средой, а как бы идет навстречу ей со своими ожиданиями, строя гипотезы и проявляя изобретательность в поисках оптимального выхода из проблемной ситуации.

К. Халл (1884 – 1953) доказал, что из всех влияющих на поведение человека факторов решающее воздействие оказывает редукция (усиление) потребности.

Ф. Скиннер (1904 – 1990) считал, что личность индивида состоит из относительно сложных, но тем не менее независимо приобретенных реакций и абсолютно зависит от предшествующих подкреплений. Концепция подкрепления играет ключевую роль в теории Скиннера. Конституциональные факторы ограничивают поведение. В течение жизни поведение человека может меняться под воздействием меняющегося окружения: так как подкрепляющие особенности в окружении разные, то под их прямым контролем формируется

разное поведение. Поведение человека контролируется аверсивными (неприятными или болевыми) стимулами: наказанием или негативным подкреплением. Логическим расширением принципа подкрепления является то, что поведение, усиленное в одной ситуации, весьма вероятно повторится, когда организм столкнется с другими ситуациями, напоминающими ее. Тенденция подкрепленного поведения распространяться на множество подобных положений называется *генерализацией стимула*. При адаптивном поведении человек обладает способностью делать различия в разных ситуациях окружения – *различение стимула*. Личностное развитие происходит в результате взаимодействия генерализирующей и различительной способностей, с помощью которых человек регулирует поведение так, чтобы максимизировать позитивное подкрепление и минимизировать наказание. Скиннер установил, что процесс формирования поведения обусловливает развитие устной речи, так как язык – это результат подкрепления определенных действий. Скиннер объяснял жизненные кризисы изменением окружения, ставящим индивида в ситуацию, когда набор поведенческих реакций оказывается неадекватным для получения подкрепления в новой ситуации. Он разработал так называемое оперантное обучение, при котором подкрепляется только поведение или операции, которые совершает субъект в данный момент. Сложная реакция разбивается на ряд простых, следующих друг за другом и последовательно подкрепляемых операций, приводящих к общей цели. Разработанный Ф. Скиннером метод программированного обучения дал возможность оптимизировать учебный процесс, разработать корректирующие программы для неуспевающих или умственно отсталых детей.

Социальный бихевиоризм (социально-когнитивная теория). Д. Мид (1863 – 1931), американский ученый, стал рассматривать личность в процессе ее взаимодействия с окружающими людьми. Он утверждал, что личность является как бы объединением различных ролей, которые на себя принимает. Согласно теории Д. Мида, называемой теорией ожидания, дети проигрывают свои роли в зависимости от ожиданий взрослого и прошлого опыта (наблюдения за родителями, знакомыми).

Большое значение в развитии социального бихевиоризма (социально-когнитивная теория) в настоящее время играют работы А. Бандуры (1925 г.р.), посвященные коррекции отклоняющегося поведения.

А. Бандура рассматривает человека как обладающего способностями мышления и саморегуляции, что позволяет ему предсказывать события и создавать средства для осуществления контроля над окружающей средой. Причины функционирования человека А. Бандура понимает как непрерывное взаимодействие поведения, познавательной сферы и окружения. Многие аспекты функционирования личности включают взаимодействие индивида с другими. Внутренние детерминанты поведения, такие как вера и ожидание, и внешние детерминанты, такие как поощрение и наказание, являются частью системы взаимодействующих влияний, которые действуют не только на поведение человека, но также на различные части системы. Хотя на поведение человека влияет окружение, оно также частично является продуктом деятельности человека, то есть человек может оказывать влияние на собственное поведение.

Благодаря способности человека представлять действительный исход символически (посредством предвидения) будущие последствия можно перевести в сиюминутные побудительные факторы, которые влияют на поведение во многом так же, как и потенциальные последствия. Многое в научении возникает викарно, то есть в ходе наблюдения за поведением других индивиды научаются имитировать это поведение. Осуществление новых реакций, наблюдавшихся некоторое время назад, но никогда не практиковавшихся, оказывается возможным благодаря познавательным способностям человека. Эти символические, когнитивные умения позволяют индивиду трансформировать

усвоенное или комбинировать то, что они наблюдали у ряда моделей, в новые паттерны поведения. Наблюдение за поведением, которое является причиной позитивного поощрения или предотвращает какие-то аверсивные условия, может быть сильнейшим стимулом к вниманию, сохранению и в дальнейшем (похожей ситуации) выстраиванию такого же поведения. Бандура, анализируя роль подкрепления в научении через наблюдение, показал его когнитивную ориентацию. Подкрепление сообщает человеку, какие последствия можно ожидать в результате правильной или неправильной реакции.

С точки зрения социально-когнитивной теории многие поступки человека регулируются самоналагаемым подкреплением. Самоподкрепление имеет место тогда, когда человек устанавливает планку достижений и поощряет или наказывает себя за ее достижение, превышение или неудачу.

Широкий спектр поведения человека регулируется с помощью реакций самооценки, выражаемых в форме удовлетворенности собой, гордости своими успехами, неудовлетворенности собой и самокритики.

В последние годы А. Бандура ввел в свои теоретические построения постулат когнитивного механизма самоэффективности для объяснения личностного функционирования и изменения. Концепция самоэффективности относится к умению людей осознавать свои способности выстраивать поведение, соответствующее специфической задаче или ситуации. Бандура предположил, что приобретение самоэффективности может происходить любым из четырех путей (или любой их комбинации): способности выстроить поведение, косвенного опыта, вербального убеждения и состояния физического (эмоционального) возбуждения.

Когнитивная теория. Дж. Келли (1905 – 1967) – один из первых персонологов, который придал особое значение когнитивным (познавательным) процессам как основной черте функционирования человека. В соответствии с его теоретической системой, получившей название психология личностных конструктов, человек по существу – ученый, исследователь, стремящийся понять, интерпретировать, предвидеть и контролировать мир своих личных переживаний для того, чтобы эффективно взаимодействовать с ним. Эта точка зрения на человека лежит в основе современной когнитивной ориентации в психологии личности.

Дж. Келли построил свою теорию личности на основе целостной философской позиции – *конструктивного альтернативизма*.

Конструктивный альтернативизм доказывает, что не существует такой вещи в мире, относительно которой «не может быть двух мнений»; осознание человеком действительности – это всегда предмет для истолкования; объективная реальность, конечно, существует, но разные люди осознают ее по-разному; ничто не постоянно и не окончательно; факты и события (как и весь человеческий опыт) существуют только в сознании человека, и есть различные способы их истолкования. Концепция конструктивного альтернативизма предполагает, что поведение человека никогда полностью не определено, следовательно, нет истинного или валидного способа интерпретации человека. Человек всегда свободен до некоторой степени в пересмотре или замене своего толкования действительности, однако его мысли и поведение определены предшествующими событиями.

Келли полагал, что люди воспринимают свой мир при помощи четких систем или моделей, называемых *конструктами.* Каждый человек обладает уникальной конструктной системой, которую он использует для интерпретации жизненного опыта и предвидения будущих событий. Личность эквивалентна личностным конструктам, используемым человеком для прогноза будущего. Чтобы понять другого человека, надо знать о конструктах, которые он

использует, о событиях, включенных в эти конструкты, и о том, как они соотносятся друг с другом. Поведение человека определяется тем, как он прогнозирует будущее с помощью уникальной системы своих личностных конструктов.

Келли охарактеризовал организацию конструктов в терминах иерархической системы, в которой какие-то конструкты являются подчиняющими, а какие-то подчиненными по отношению к другим частям системы; организация конструктов не закреплена жестко. Люди похожи друг на друга в том случае, если одни и те же события для них имеют примерно одинаковое психологическое значение, а не потому, что они пережили идентичные события в жизни; если два человека разделяют взгляды на мир, то, вероятнее всего, их поведение будет похоже. Культурные различия коренятся в разнице конструктов, которые используют люди. Чтобы плодотворно взаимодействовать с другим, человеку необходимо интерпретировать какую-то часть конструктной системы другого. Сходство конструктов обусловливает формирование дружбы.

Дж. Келли считал, что его теория может быть полезна для понимания эмоциональных состояний, психического здоровья и психических расстройств.

Гештальпсихология *(*нем. *gestalt* – форма, структура*).* Одновременно с возникновением в США бихевиоризма в Германии развивается другое направление – гештальтизм. Группа молодых исследователей – М. Вертгеймер (1880 – 1943), В. Келер (1887 – 1967), К. Коффка (1886 – 1941), преемники европейского функционализма – обнаружила в составе сознания человека целостные структуры – гештальты (Gestalt), неразложимые на сенсорные первоэлементы, которым присущи собственные характеристики и законы. Ведущим психическим процессом, который определяет уровень развития психики человека, с точки зрения гештальтистов, является восприятие. От того, как воспринимает человек мир, зависит его поведение и понимание ситуации. В развитии восприятия большую роль играет сочетание фигуры и фона, на котором демонстрируется данный предмет (феномен «фигуры и фона» (Е. Рубин) занял главное место среди основных законов гештальта). Основные свойства восприятия появляются постепенно, с вызреванием гештальтов.

Процесс психического развития делится на два независимых и параллельных процесса – созревание и обучение. При восприятии происходит вначале «схватывание» целостного образа предмета, а затем его дифференциация. Обучение ведет к образованию новой структуры и, следовательно, к иному восприятию и осознанию ситуации. В тот момент, когда явления входят в другую ситуацию, они приобретают новую функцию. Это осознание новых сочетаний и новых функций предметов и является образованием нового гештальта, осознание которого составляет суть мышления.

Процесс «переструктурирования гештальта» происходит мгновенно – «инсайт» (англ. *insight* – усмотрение), т.е. озарение, не зависит от прошлого опыта субъекта и является объяснением адаптивных форм поведения. Инсайт означал для гештальтистов переход к новой познавательной, образной структуре, соответственно которой меняется характер приспособительных реакций. Гештальтизм считал единственными психологическими фактами непосредственно испытываемые субъектом феномены сознания, пытаясь соотнести «феноменальный мир» с реальным, физическим, в то же время не лишая сознание самостоятельной ценности. М. Вертгеймер выступил против традиционной практики обучения в школе, доказывая, что ранний переход к логическому мышлению мешает развитию творчества.

Психоанализ (Фрейдизм). Термин «психоанализ» имеет три значения: 1) теория личности и психопатологии; 2) метод терапии личностных расстройств; 3) метод изучения неосознанных мыслей и чувств личности.

Психоаналитическая теория, автором которой является З. Фрейд (1865 – 1939), отводит ведущую роль сложному взаимодействию между инстинктами, мотивами и влечениями, которые конкурируют друг с другом за главенство в регуляции поведением. Личность, с точки зрения психоанализа, является динамической конфигурацией процессов, находящихся в нескончаемом конфликте. Поведение человека является детерминированным.

Первоначально, описывая топографическую модель личностной организации, З. Фрейд в психической жизни человека выделял три уровня: *сознание, предсознательное* и *бессознательное*. Уровень *сознания* состоит из ощущений и переживаний, которые человек осознает в данный момент. Сознание охватывает только малый процент всей информации, поступающей и хранящейся в мозге. Область *предсознательного*, называемая иногда «доступной памятью», включает в себя весь опыт, который не осознается в данный момент, но может легко вернуться в сознание, спонтанно или в результате минимального усилия. *Бессознательное* представляет собой хранилище примитивных инстинктивных побуждений плюс эмоции и воспоминания, которые настолько угрожают сознанию, что были вытеснены в область бессознательного. Согласно Фрейду, такой неосознаваемый материал во многом определяет повседневное функционирование человека.

В начале 20-х годов XX в. Фрейд пересмотрел свою концептуальную модель психической жизни и ввел в структуру личности три составляющие: *ид, эго* и *суперэго (*понятия, принятые в англоязычных переводах, эквиваленты оригинальных терминов Фрейда *–«оно», «я», «сверх-я»).*

«Оно» (лат. id – оно) – это исключительно примитивные, инстинктивные и врожденные аспекты личности. «Оно» связано с телесными процессами, так называемая Фрейдом «истинная психическая реальность», отражающая внутренний мир субъективных переживаний, не знающий об объективной реальности. Являясь самой старой исходной структурой психики, «оно» выражает первичный принцип всей человеческой жизни – немедленную разрядку психической энергии, производимой биологически обусловленными побуждениями (особенно сексуальными и агрессивными). Если побуждения сдерживаются и не находят разрядки, то в личностном функционировании создается напряжение. Немедленная разрядка напряжения получила название *принцип удовольствия*. Фрейд описал два механизма, посредством которых «оно» избавляет личность от напряжения: рефлекторные действия и первичные процессы.

«Я» (лат. *ego* – «я») – это компонент психического аппарата, ответственный за принятие решений. «Я» стремится выразить и удовлетворить желания «оно» в соответствии с ограничениями, налагаемыми внешним миром. «Я» должно постоянно осуществлять дифференциацию между событиями в психическом плане и реальными событиями во внешнем мире. «Я» подчиняется принципу реальности, цель которого – сохранение целостности организма путем отсрочки удовлетворения инстинктов до того момента, когда будет найдена возможность достичь разрядки подходящим способом и (или) соответствующие условия во внешней среде. Принцип реальности вносит в поведение человека меру разумности.

«Сверх-я» (лат. *super* – «сверх», *ego* – «я») – последний компонент развивающейся личности, представляющий интернализированную версию общественных норм и стандартов поведения. Фрейд разделил «сверх-я» на две подсистемы: *совесть* и *эго-идеал. Совесть* включает

способность к критической самооценке, наличие моральных запретов и возникновение чувства вины. *Эго-идеал* – это поощрительный аспект «сверх-я». «Сверх-я» направляет человека к абсолютному совершенству в мыслях, словах и поступках, тормозя любые общественно осуждаемые импульсы со стороны «оно».

Психоаналитическая теория основывается на представлении, согласно которому люди являются сложными энергетическими системами. Поведение человека активизируется единой энергией согласно закону сохранения энергии. Источником психической энергии является нейрофизиологическое состояние возбуждения. У каждого человека имеется определенное количество энергии, питающей психическую активность. Цель любой формы поведения человека – уменьшение напряжения, вызываемого неприятным для него скоплением этой энергии.

Согласно теории Фрейда, мотивация поведения человека полностью основана на энергии возбуждения, производимого телесными потребностями, психические образы которых, выраженные в виде желаний, называются *инстинктами*. Инстинкты являются конечной причиной любой активности. Фрейд признавал существование двух основных групп инстинктов: *инстинктов жизни* (под общим названием Эрос) и *смерти* (называемые Танатос). Наиболее существенными для развития личности Фрейд считал сексуальные инстинкты. Энергия сексуальных инстинктов получила название *либидо* (лат. – хотеть, желать), или энергия либидо – термин, употребляющийся в значении энергии жизненных инстинктов в целом. Инстинкты смерти подчиняются принципу *энтропии* (любая энергетическая система стремится к сохранению динамического равновесия). Фрейд считал, что всем живым организмам присуще стремление вернуться в неопределенное состояние, из которого они вышли. «Целью жизни является смерть». Инстинкты смерти лежат в основе всех проявления жестокости, агрессии, самоубийств и убийств.

Психоаналитическая теория развития основывается на том, что, во-первых, переживания раннего детства играют критическую роль в формировании взрослой личности, во-вторых, человек рождается с определенным количеством энергии либидо, которая проходит в своем развитии через несколько психосексуальных стадий (оральную, анальную, фаллическую, генитальную), коренящихся в инстинктивных процессах организма. Важным понятием является понятие регрессии – возврат на более раннюю стадию психосексуального развития и проявления соответствующего поведения.

Следствием неадекватной разрядки энергии либидо является тревога. Тревога является функцией «я», и ее назначение – реагирование в угрожающих ситуациях адаптивным способом. Тревога помогает человеку избегать осознанного выявления у себя неприемлемых инстинктивных импульсов и поощрять удовлетворение этих импульсов надлежащими способами в подходящее время. Регуляторные механизмы, направленные на устранение или сведение к минимуму негативных, травмирующих личность переживаний, вызываемых тревогой, Фрейд называл *защитными механизмами* или *психологической защитой личности.* Фрейд определял защитные механизмы «я» как сознательную стратегию, используемую личностью для защиты от открытого выражения «оно» и встречного давления со стороны «сверх-я».

Все защитные механизмы обладают двумя общими характеристиками: 1) действуют на неосознанном уровне, являясь средствами самообмана; 2) искажают, отрицают или фальсифицируют восприятие реальности.

Некоторые основные защитные стратегии личности:

Вытеснение – процесс удаления из осознания мыслей и чувств, причиняющих страдание; «мотивированное забывание»: человек не осознает вызывающих тревогу конфликтов, не помнит травматических прошлых событий. Постоянное стремление вытесненного материала к открытому выражению может получать кратковременное удовлетворение в сновидениях, шутках, оговорках и т.д. Вытеснение играет роль во всех формах невротического поведения, в психосоматических заболеваниях.

Проекция – процесс, посредством которого человек приписывает собственные неприемлемые мысли, чувства и поведение другим людям. Проекция позволяет возлагать вину на кого-нибудь или что-нибудь за свои недостатки или промахи. Проекцией также объясняются социальные предрассудки и феномен «козла отпущения».

Замещение – процесс, в котором проявление инстинктивного импульса переадресовывается от более угрожающего объекта или личности к менее угрожающему.

Рационализация – способ защиты «я» посредством обращения к ложной аргументации, благодаря которой иррациональное поведение представляется таким образом, что выглядит вполне разумным и оправданным в глазах окружающих.

Регрессия – процесс, для которого характерен возврат к детским моделям поведения.

Реактивное образование – защитный механизм, проявляющийся в выражении в поведении и мыслях человека противоположных побуждений.

Сублимация – защитный механизм, дающий возможность человеку в целях адаптации изменить свои импульсы таким образом, чтобы их можно было выражать посредством социально приемлемых мыслей или действий. Сублимация рассматривается как единственно здоровая, конструктивная стратегия обуздания нежелательных импульсов, так как она позволяет «я» изменить цель и (или) объект импульсов без сдерживания их проявления. Фрейд утверждал, что сублимация сексуальных инстинктов послужила главным толчком для великих достижений в науке и культуре.

Неофрейдизм. Два наиболее выдающихся теоретика, разошедшихся с Фрейдом и избравших путь создания своих собственных оригинальных теоретических систем, – А. Адлер и К. Г. Юнг.

1. *Индивидуальная теория личности А. Адлера.* А. Адлер (1870 – 1937) дал своей теории название «индивидуальная психология» (от лат. individuum – неделимый). Адлер исходил из того, что ни одно проявление жизненной активности нельзя рассматривать в изоляции, а лишь в соотношении с личностью в целом. Только по направлению к личностно значимым целям индивид может быть воспринят как единое и самосогласующееся целое. Адлер утверждал, что, стремясь к совершенству, человек способен планировать свои действия и определять собственную судьбу. Он считал, что поведение человека всегда зависит от его мнения о себе и об окружении, в которое он должен вписываться, т.е. поведение четко отражает индивидуальное субъективное восприятие реальности. Адлер полагал, что чувство неполноценности является источником всех устремлений человека к саморазвитию, росту и компетентности. Стремление к превосходству является врожденным фундаментальным законом человеческой жизни. Превосходство как цель может принимать как негативное (деструктивное), так и позитивное (конструктивное) направление. Стремление к превосходству проявляется как на уровне индивида, так и на уровне общества. Стиль жизни – комплекс поведенческой активности, направленной на преодоление неполноценности. Все поведение человека происходит в социальном контексте; у каждого человека есть

естественное чувство общности или социальный интерес (нем. *gemeinschafttsgefuhl* – «социальное чувство», «чувство солидарности»), который является врожденным и заставляет отказаться от эгоистичных целей ради целей общества. С позиции Адлера, жизнь человека ценна только в той степени, в какой он способствует повышению ценности жизни других людей. Выраженность социального интереса является критерием оценки психического здоровья личности. Исходя из важной роли социального контекста в развитии личности, Адлер обратил внимание на порядок рождения как основную детерминанту установок, сопутствующих стилю жизни. Адлер считал, что на личность оказывают большее влияние субъективные ожидания того, что может произойти, чем прошлый опыт.

2. *Аналитическая теория личности К. Г. Юнга.* К. Г. Юнг (1875 – 1961), швейцарский психолог, посвятил себя изучению динамических неосознаваемых влечений на человеческий опыт. Согласно аналитической теории личности К. Юнга, личность мотивирована интрапсихическими силами и образами, происхождение которых уходит в глубь истории эволюции. Человеку (как и человечеству вообще) присуще стремление к творческому самовыражению и физическому совершенству. Юнг утверждал, что душа (термин, аналогичный понятию личность) состоит из трех отдельных, но взаимодействующих структур: *эго, личного бессознательного и коллективного бессознательного. Эго* является центром сферы сознания, основой самосознания. *Личное бессознательное* – это хранилище подавленного, вытесненного из сознания материала, а также скоплений, связанных между собой мыслей и чувств, называемых *комплексами.* Материал личного бессознательного уникален и, как правило, доступен для осознания. *Коллективное бессознательное*, согласно К. Юнгу, состоит из мощных первичных психических образов, общих для всех человеческих существ и являющихся результатом эмоционального прошлого человечества, так называемых *архетипов* (греч. *arche* – начало и *typos* – образ). *Архетипы* – врожденные идеи или воспоминания, которые предрасполагают людей воспринимать, переживать и реагировать на события определенным образом. Количество архетипов неограниченно, наиболее значимые – это *персона* (лат. – маска), *тень* (социально неприемлемые сексуальные и агрессивные импульсы), *анима* (внутренний образ женщины в мужчине), *анимус* (внутренний образ мужчины в женщине), *самость* (сердцевина личности, вокруг которой организованы и объединены все другие элементы). Согласно Юнгу, конечная жизненная цель – это обретение и развитие самости (или полная реализация «Я»), то есть становление единого, неповторимого и целостного индивида. Развитие каждого человека в этом направлении уникально, оно продолжается на протяжении всей жизни и включает в себя процесс, получивший название индивидуация. Индивидуация – это динамичный и эволюционирующий процесс интеграции многих противодействующих внутриличностных сил и тенденций. Итог осуществления индивидуации Юнг называл самореализацией. Самореализация доступна только способным и высокообразованным людям, имеющим достаточный для этого досуг.

Наиболее известным вкладом К. Юнга в психологию считаются описанные им две жизненные установки (эго-ориентации): экстраверсия и интроверсия, а также психологические функции: рациональные – мышление и чувство; иррациональные – ощущение и интуиция, из которых только одна личностная ориентация и одна пара функций осознаются человеком. Две эго-ориентации и четыре психологических функции, взаимодействуя, образуют восемь различных типов личности.

Юнг одним из первых признал вклад религиозного, духовного и даже мистического опыта в развитие личности. В этом состоит его особая роль как предшественника гуманистического направления в психологии.

Гуманистическая психология. Термин гуманистическая психология был придуман группой персонологов, которые в начале 1960-х годов объединились с целью создания

жизнеспособной теоретической альтернативы двум наиболее важным интеллектуальным течениям в психологии – бихевиоризму и психоанализу. А. Маслоу (1908 – 1970), американский психолог, получил признание как выдающийся представитель гуманистической теории личности. Гуманистическая психология уходит корнями в экзистенциальную (лат. *existentia* – существование) философию, разработанную европейскими мыслителями и писателями: С. Кьеркегором, К. Ясперсом, М. Хайдеггером, Ж. – П. Сартром. Многие выдающиеся психологи также оказали влияние на развитие гуманистического подхода к личности, такие как Э. Фромм, Г. Олпорт, К. Роджерс, В. Франкл, Р. Мей, Л. Бинсвангер.

Экзистенциалистский взгляд на человека берет начало из конкретного и специфического осознания уникальности бытия человека, существующего в конкретный момент времени и пространства. С точки зрения экзистенциалистов, каждый человек осознает, что он в ответе за свою судьбу, и поэтому испытывает боль, отчаяние, одиночество и тревогу. Как свободное существо человек ответствен за реализацию как можно большего числа возможностей. Концепция становления человека предполагает поиск им подлинной и полной смысла жизни. Единственная «реальность», известная кому-либо, это реальность субъективная, или личная, но не объективная. Экзистенциалисты подчеркивают значение субъективного опыта как основного феномена в изучении и понимании человечества.

Согласно точке зрения А. Маслоу, каждого человека нужно изучать как единое, уникальное, организованное целое. Маслоу утверждал, что от природы в каждом человеке заложены потенциальные творческие возможности для позитивного роста и совершенствования; что природа человека в сущности хороша и разрушительные силы в нем являются результатом фрустрации или неудовлетворенных основных потребностей. Маслоу полагал, что люди мотивированы для поиска личных целей и это делает их жизнь значительной и осмысленной. Маслоу предположил, что все потребности человека – врожденные, или инстинктоидные, и что они организованы в иерархическую систему – приоритета, или доминирования. Однако он допускал, что могут быть исключения из этого иерархического расположения мотивов, например, творческий человек может развивать и выражать свой талант, несмотря на социальные трудности и социальные проблемы. Маслоу описал человека как «желающее существо», который редко достигает полного, завершенного удовлетворения потребностей. Маслоу охарактеризовал *самоактуализацию* (высшую потребность) как желание человека стать тем, кем он может стать, т.е. развить собственный врожденный потенциал. Самоактуализация не обязательно должна принимать форму творческих усилий, выражающихся в создании произведений искусства; специфические формы самоактуализации очень разнообразны. Многие люди не видят своего потенциала, не знают о его существовании и не понимают пользы самосовершенствования, они склонны сомневаться и даже бояться своих способностей, тем самым уменьшая шансы для самоактуализации. Это явление Маслоу назвал *комплексом Ионы*, который характеризуется страхом успеха, мешающим человеку стремиться к самосовершенствованию. Маслоу сделал предположение, что социальное и культурное окружение часто подавляет тенденцию к актуализации определенными нормами по отношению к какой-то части населения. Препятствием для самоактуализации, согласно Маслоу, может быть сильное негативное влияние, оказываемое потребностями безопасности. Реализация потребности в самоактуализации требует открытости новым идеям и опыту, наличия у человека самостоятельного, независимого мнения по основным жизненным вопросам.

По своим позициям, особенно в плане понимания смысла жизни, гуманистическая психология из всех зарубежных концепций является наиболее близкой к взглядам отечественных психологов.

Теория деятельности С. Л. Рубинштейна. Направление исследований структуры личности в отечественной психологии во многом определили положения С. Л. Рубинштейна (1889 – 1960), получившие название субъектно-деятельностной теории.

С. Л. Рубинштейн предположил, что психика человека активна и существует как *психическая деятельность*. Отражение человеком внешнего мира трактуется как деятельность субъекта, т.е. как высший уровень активности (изначально практической). Одной из главных целевых функций психической деятельности является управление поведением и эмоциональным состоянием. Деятельность – в единстве своих компонентов – означает неразрывную связь человека с внешним миром. Содержание внешнего мира – в меру активности человека – постепенно и все более становится содержанием мыслей, чувств, познания, науки и т.д. Человек и его психика формируются и проявляются в ходе изначально практической, а затем теоретической, но в принципе единой деятельности. Субъект в актах своей творческой самодеятельности не только обнаруживается и проявляется; он в них создается и определяется. Поэтому тем, что он делает, можно определять и формировать его самого.

Сущность человеческой личности находит свое завершающее выражение в том, что она не только развивается как всякий организм, но и имеет свою историю. То, что относится к человечеству в целом, не может не относиться и к каждому человеку. Развитие личности опосредовано результатами его деятельности. Психические способности личности не только предпосылка, но и результат ее поступков и деяний, в них она не только выявляется, но и формируется. Человек, сделавший что-нибудь значительное, становится другим человеком. Историю человеческой жизни следует свести к ряду внешних дел.

Деятельность Рубинштейном характеризуется следующими *особенностями*:

1) это всегда деятельность субъекта, точнее субъектов, осуществляющих совместную деятельность (не может быть бессубъектной деятельности);

2) она есть взаимодействие субъекта с объектом, т.е. необходимо является предметной и содержательной;

3) она – хотя бы в минимальной степени – всегда творческая;

4) самостоятельная (что не противоречит совместности).

1. Учебная дисциплина ПРОДЮССИРОВАНИЕ МЕДИАКОНТЕНТА
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 2. ПРИЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВРЕМЕНЕМ И ПОВЕДЕНИЕМ
Тема 2.1. Управление временем
3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, работой с целевой аудиторией и формально-содержательные характеристики.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	*Понятие и свойства времени как социального процесса. Умение управлять временем как фактор результативности работы менеджера. Недооценка значения времени. Целеполагание и конкретизация цели во времени. Планирование времени.*	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. РАЗДЕЛ 2. ПРИЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВРЕМЕНЕМ И ПОВЕДЕНИЕМ
Тема 2.1. Управление временем
Текст лекции

Мы все что-то не успеваем. Иногда что-то важное — и это особенно обидно. Наверное, каждый из нас мог бы больше, если бы чуть лучше управлял собой и своим временем, удачнее организовал свою работу и жизнь.

Если вам время от времени приходят такие мысли, то можно подобрать для себя одну из техник тайм-менеджмента — они помогают лучше управлять своим временем и делами. Но таких методик *очень много, и разобраться в них непросто*. Чтобы облегчить вам выбор, мы собрали в одной статье 15 разных техник тайм-менеджмента. Они описаны так, чтобы было удобно сравнивать, а полезные ссылки были у вас сразу под рукой.

Для удобства распределила их по категориям — в зависимости от задач, которые эти методики помогают решать:

Разобраться в ворохе задач и понять, с чего начать	Матрица Эйзенхауэра Система 4D Метод GTD Метод ZTD Автофокус Метод лягушки
Организовать день или спланировать короткие	Zero Inbox

временные отрезки	Метод помидора Метод 90 на 30 Принцип девяти дел, или Принцип 1–3–5 Принцип трёх дел Техника временных блоков Метод ZTD Автофокус Метод лягушки Fresh or Fried Сделайте это завтра Метод швейцарского сыра
Планировать надолго вперёд и управлять сложными многоэтапными проектами	Интеллект-карта Диаграмма Ганта Kanban Метод GTD Метод швейцарского сыра
Разобраться в себе и проанализировать свою личную продуктивность	Хронотип Хронометраж Метод GTD Метод ZTD Автофокус

Расскажу про каждый метод подробнее.

Матрица Эйзенхауэра

Зачем нужна. Расставить задачи по приоритету. Метод помогает понять, с чего начинать, но для организации самого рабочего процесса не подходит.

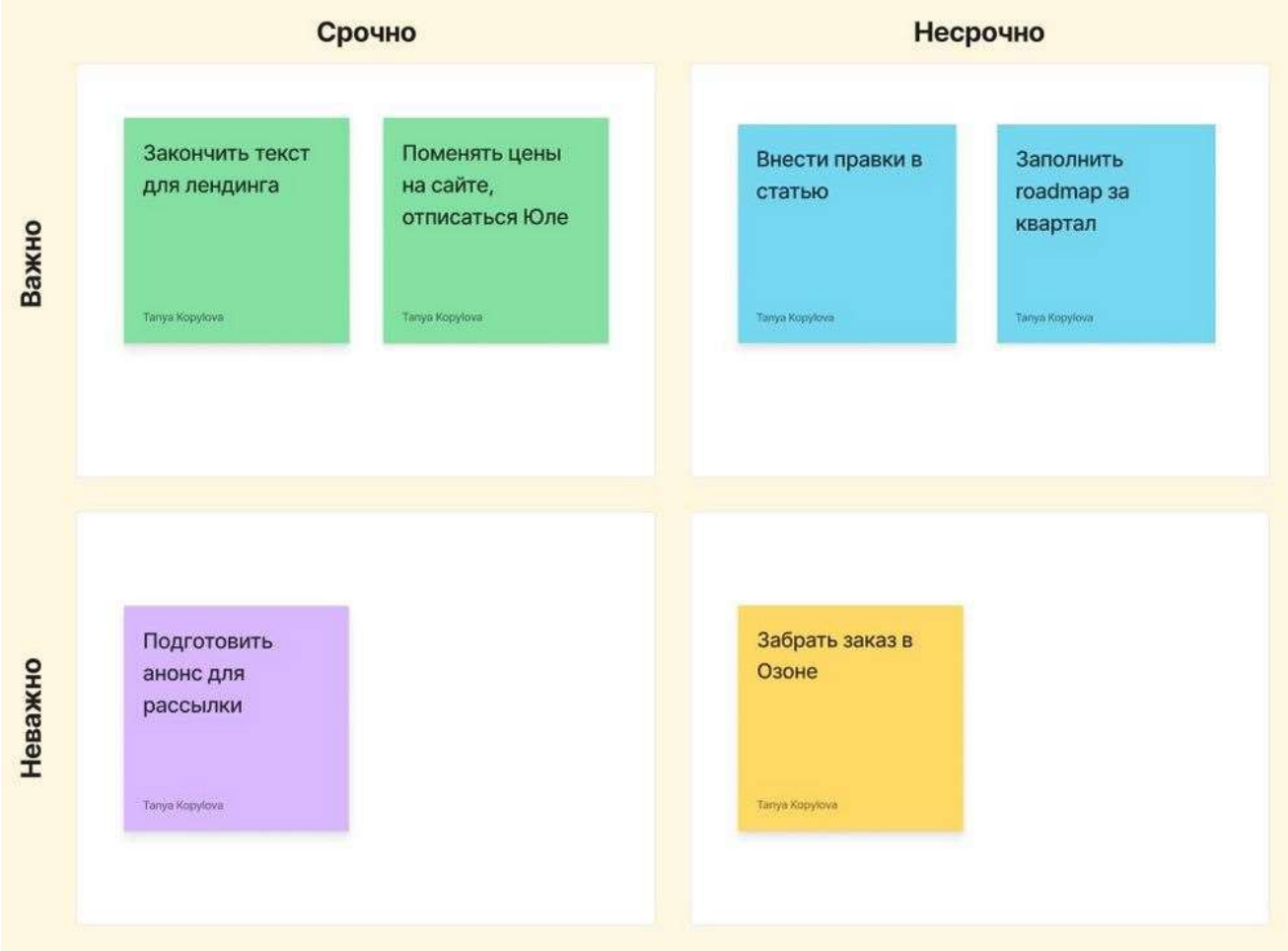
Суть метода. Разделите задачи на 4 категории — по срочности и важности:

- срочные и важные;
- срочные, но не важные;
- несрочные, но важные;
- несрочные и не важные.

Начать стоит с того, что срочное и важное, затем приступить к срочным, но менее важным делам. Потом — закрыть несрочные, но важные задачи. Это можно сделать самостоятельно или делегировать. Не срочные и не важные — делаются по остаточному принципу или не делаются вовсе.

Их можно пересмотреть: точно ли задачи необходимы? Не стоит ли их отменить, чтобы освободить время для более важных дел?

Совет/пример. Матрицу задач записывают на квадратном листочке, который делят на четыре сектора. Помимо старого-доброго способа «от руки» можно использовать сервисы типа Miro или Figma — в них есть готовые шаблоны для заполнения матрицы.



Примерно так может выглядеть мой небольшой список дел на день в матрице Эйзенхауэра. «Зелёные» задачи пересекаются в квадрате «Срочно и важно» — их я сделаю в первую очередь. Затем примусь за «голубые», «фиолетовую» можно делегировать коллеге. А заказ вообще заберу в другой день — не горит

Система 4D

Зачем нужна. Расставить задачи по приоритету и понять, с чего начать работу.
Суть метода. В этом методе задачи делятся на 4 категории:

- Do (сделать) — то, что нужно сделать именно вам, их нельзя отменить, отложить или воспользоваться «помощью зала».
- Delegate (делегировать) — то, что можно поручить коллегам или помощникам.
- Delete (удалить) — задачи, которые вообще можно отменить, например, потому что они стали не актуальны.
- Delay (отложить) — то, что не требует немедленного выполнения, но сделать всё-таки придётся. Откладывая задачу, обязательно установите дедлайн, чтобы она не затерялась.

Техника 4D пригодится тем, у кого накопилась такая гора задач, что трудно понять, за что хвататься. Для долгосрочного планирования метод не подойдёт, а вот разобраться со списком накопившихся дел — вполне.

Совет/пример. Эта методика приоритизации и планирования показалась мне одной из самых важных. Есть у меня привычка: внести целую кучу дел в список на день, заранее понимая, что уложить это всё в 8 и даже 12 рабочих часов нереально — а потом пытаться всё успеть и при этом сделать хорошо.

Если вы тоже склонны к перфекционизму в работе, система 4D поможет посмотреть на ту же кучу задач под другим углом:

- всегда есть то, что можно отложить на потом;
- некоторые задачи можно вообще не делать — что-то становится неактуальным, а что-то при ближайшем рассмотрении оказывается обычной формальностью или этапом в большой задаче, который можно пропустить;
- какие-то задачи можно и нужно делегировать коллегам. Если вы живёте по принципу «Хочешь сделать хорошо — сделай сам», иногда стоит притормозить, не отбирать чужой хлеб и попросить о помощи тех, кто конкретную задачу может сделать лучше и быстрее, чем вы.

Проще говоря, методика помогает справиться с желанием объять необъятное. Когда такое желание становится хроническим, оно может привести к эмоциональному выгоранию.

Zero Inbox

Зачем нужен. Организовать работу с документацией — входящими письмами, сообщениями, рабочими тасками и т.д.

Суть метода. Название говорящее — в папке «Входящие» (Inbox) должно быть ноль (Zero) новых сообщений. Изначально техника была придумана Мерлином Манном для быстрого разбора электронной почты. Но её можно использовать и для работы с любыми другими входящими документами, обращениями, заявками.

Как это работает? Один раз в день вы садитесь и разгребаете все входящие задачи — так, чтобы не осталось ни одной необработанной. Письма, задачи, обращения можно распределять по разным папкам — т.е. присваивать им разные статусы:

- сделать сегодня;
- сделать на этой неделе;
- отложить до следующего месяца;
- ответить;
- удалить, потому что неактуально.

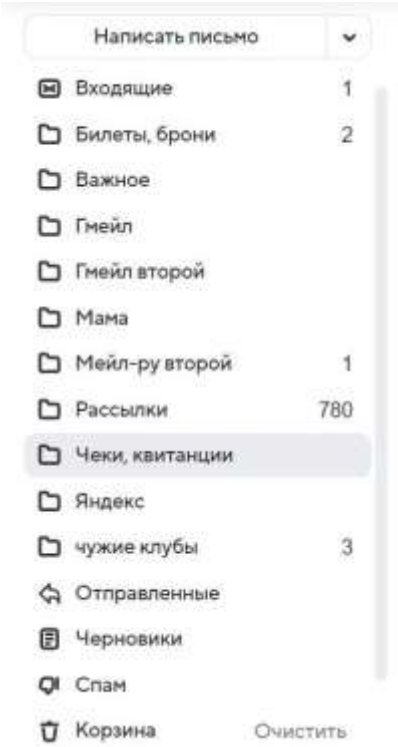
Статусы зависят от задач и специфики работы. Для удобства под разбор входящих можно выделять фиксированное время: например, каждое утро, в первый час рабочего дня.

Совет/пример. Для упрощения работы с электронной почтой используйте встроенные инструменты своего почтового сервиса. Например, удобно выделить разные папки под письма из разных проектов, от разных отправителей, разделить почту на личную и рабочую и т.д.



Почтовые сервисы: где лучше завести почту

Мой любимый почтовик — Mail.ru, поэтому я настроила переадресацию сюда из других своих ящиков, а также создала отдельные папки для рассылок, чеков, бронирований и билетов и т.д.



Когда приходит письмо от нового отправителя, я просто задаю настройки фильтра — и следующие письма с этого адреса автоматически попадают в нужную папку

Метод помидора

Зачем нужен. Организовать рабочий процесс и выполнять задачи более продуктивно. Подходит для монотонной работы и выполнения задач с длинным циклом работы.

Суть метода. Время делится на чёткие временные интервалы — для работы и отдыха.

Как работать в технике помидора:

- поставьте таймер на 25 минут — и в течение этого времени работайте, не отвлекаясь ни на что;
- таймер пропищал — сделайте перерыв на 5 минут;
- через 5 минут снова заведите таймер на 25 минут — работайте;
- через каждые четыре цикла делайте перерыв на полчаса.

Метод помидора (ещё его называют «помодорро» на итальянский манер) помогает разбивать рутинную работу на несколько частей и не забывать об отдыхе в течение дня.

Метод 90 на 30

Зачем нужен. Организовать рабочий процесс и выполнять задачи более продуктивно.

Суть метода. Принцип похож на метод помидора, только отличаются временные отрезки:

- заводите таймер на 90 минут — и полтора часа работаете;
- делаете перерыв на 30 минут;
- повторяете цикл.

Первый и второй циклы лучше отводить на самые сложные и важные задачи. Оставшиеся 1-2 цикла — на дела, которые требуют меньшей концентрации и внимания.

Совет/пример. У метода есть ещё одна вариация — 52 на 17. В этом случае на работу отводится 52 минут, а на отдых — 17. Подходит тем, кому 25-минутные «помидорки» кажутся слишком короткими, а полтора часа работы без перерыва — слишком утомительными.

Принцип девяти дел, или Принцип 1–3–5

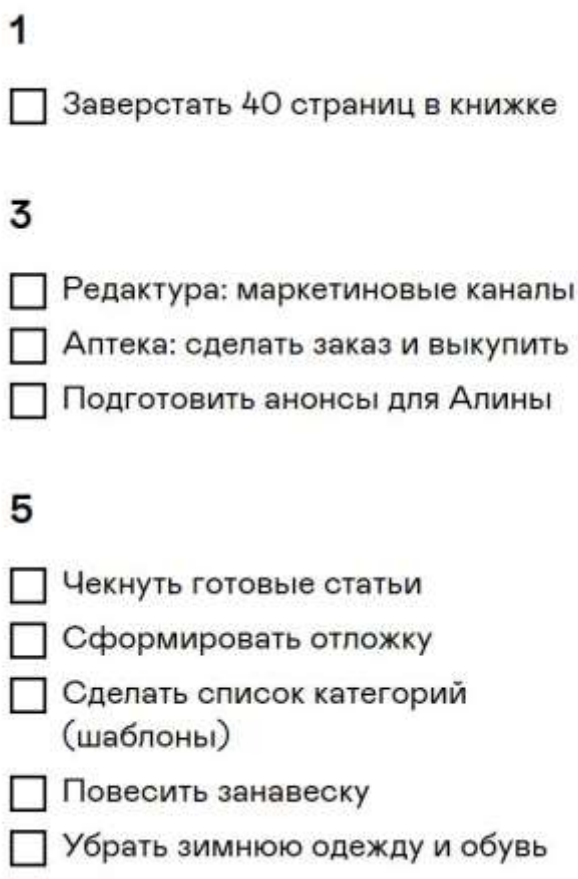
Зачем нужен. Планировать конкретный день, выстраивать иерархию задач и выполнять всё задуманное.

Суть метода. За день нужно сделать:

- одно большое и важное дело;
- три — средних по важности и сложности;
- пять — небольших простых дел.

Подходит тем, кто не любит ограничивать себя временными рамками и предпочитает делить задачи на категории.

Совет/пример. Метод позволяет распределить не только рабочую нагрузку, но и распланировать весь день полностью. Например, в списке «1–3–5» можно объединить как рабочие, так и личные/бытовые дела:



В план на день я внесла как задачи по работе, так и то, что нужно сделать для себя

Принцип трёх дел

Зачем нужен. Помогает концентрироваться на самых важных задачах и не распылять внимание.

Суть метода. На каждый день планируйте только три самые важные задачи — и обязательно их выполняйте.

Метод подходит тем, кто за рутиной не успевает сосредоточиться на самом важном. Так бывает, когда висит одно-два больших дела, которые требуют много внимания и времени. Подобные задачи часто откладываются по принципу «вот сначала сделаю пять маленьких задачек и примусь за это большое дело». В итоге важные задачи не двигаются с места, потому что количество мелких задач разрастается, а усталость от их выполнения — накапливается.

Совет/пример. Автор методики Крис Бейли описал её в книге «Мой продуктивный год». Сам по себе принцип кажется настолько простым, что даже смешно — как об этом можно написать целую книгу? Но Бейли подробно рассказывает, как он пришёл к такой видимой простоте и к выводу: самое главное — уметь выделять то, что действительно важно, без этого ничего не получится.

Техника временных блоков

Зачем нужна. Помогает в течение дня концентрироваться на самых важных задачах и не распылять внимание.

Суть метода. Заранее прописывайте временной интервал, который отводится на конкретное дело. В это время нельзя отвлекаться на другие задачи, можно заниматься только запланированным делом.

От обычного графика на день метод отличается тем, что чёткие рамки выделяются только на самые важные задачи, а в остальном распорядок дня может быть свободным.

Совет/пример. Эта методика работает и на более длинных отрезках. Например, я пользуюсь ею при планировании поездок — своих и не только.

Когда ко мне в гости приезжали друзья, они попросили составить для них культурную программу. Они никогда не были в Петербурге и хотели увидеть как можно больше за 6 дней. Я заранее отметила те места, которые нужно посетить в конкретное время. А остальные планы внесла просто списком.

Планы по дням		**Просто планы**
Опера всем Кронштадт	19.07, 19:00	Мосты
Кронштадт: собор, экскурсия по фортам, остров фортов, просто погулять	19.07 (выехать не позднее 09:00)	Петропавловка
Баядерка в Михайловском	21.07	Русский музей
Петергоф + Александрия	23.07	Эрмитаж
		Эрарта
		Музей Фаберже
		Кастл Рок + просят провести экскурсию по местам ленинградского рока
		Канонерка
		Просто по центру: Невский, Дворцовая, Исаакий, Летний сад и пр.
		Новая Голландия
		Севкабель
		Острова + парк зоопетия
		Петроградка: просто погулять
		Провести по Петербургу Достоевского
		Просят ещё какую-нибудь литературную экскурсию (подумать, куда сводить)
		Днём на теплоходе по рекам и каналам
		Царское Село
		Павловск
		На залив (Сестрик???)

Планы из столбика справа не привязаны к конкретным датам. Я просто их записала, чтобы ничего не упустить — всё остальное зависело от погоды и просто настроения

Метод GTD

Зачем нужен. Доводить задачи до конца и привести дела в порядок.

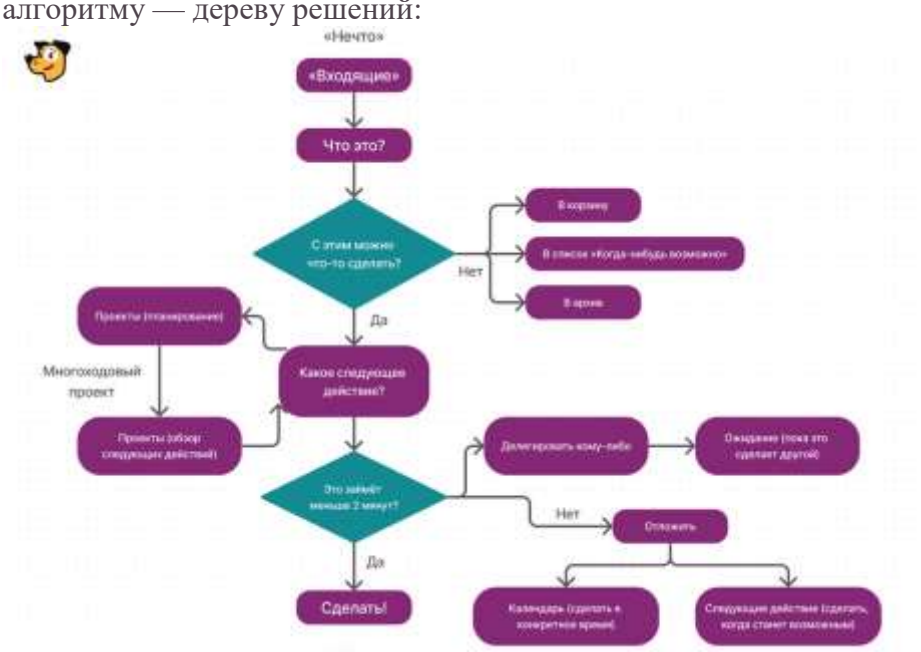
Суть. Пожалуй, самый сложный метод. В его основе — тщательная и регулярная работа с информацией.

Формально методику можно разделить на несколько этапов:

1. Сбор информации.
2. Обработка информации.
3. Организация.
4. Обзор.
5. Действия.

На первом этапе необходимо собрать в одном месте все-все задачи, которые перед вами стоят. Для записей используйте то пространство, которое вам удобно: блокнот, таск-трекер, маркерная доска, сервис типа Notion — что угодно.

На втором этапе обрабатываем все задачи — т.е. «корзину» или «входящие» — по этому алгоритму — дереву решений:



Принцип простой: берём задачу — и «проводим» её по цепочке из схемы (кликните, чтобы увеличить и сохранить себе картинку в полном размере)

Если в ходе обработки задача требует какого-то действия, то:

- выполняем сразу, если это займёт не больше пары минут;
- делегируем;
- откладываем.

Если немедленных действий/решений задача не требует, то:

- оставляем её в «справочной» категории;
- складываем в icebox — список дел без чёткого дедлайна, которые надо сделать просто когда-нибудь;
- удаляем задачу из списка.

В результате получаем список распределённых задач. На этапе организации более тщательно сортируем их по категориям:

- по времени — срочные, несрочные, без чётких сроков;
- по проектам — на этом уровне можно выделить в отдельные папки задачи по разным направлениям.

Обзор — тот самый этап, который предполагает регулярный отсмотр папок и повторный прогон задач по тому же алгоритму. Дело довольно утомительное, зато если планомерно отслеживать задачи, может выясниться, что какие-то уже стали неактуальными, а какие-то наоборот — требуют большей срочности.

Действия — собственно, выполнение каждой задачи. Для этого надо определить, что конкретно вы будете делать, какие ресурсы и инструменты понадобятся.

Методика требует отменной дисциплины, поэтому подойдёт не всем ☐

Совет/пример. Для более глубокого понимания рекомендую книгу «Как привести дела в порядок» Дэвида Аллена — автора системы GTD. В ней он подробно описывает принцип методики и даёт много полезных советов о том, как повысить свою продуктивность и снизить ежедневный стресс. Например, Аллен советует отказаться от многозадачности и в течение определённого времени делать только одно дело, не отвлекаясь на другие.

Метод ZTD

Зачем нужен. Привести дела в порядке на коротком отрезке времени, доводить задачи до завершения.

Суть. Это упрощённый вариант GTD, придуманный писателем и блогером Лео Бабаутой. Он посчитал, что метод GTD, с одной стороны, очень хорош, а с другой — слишком сложен. Поэтому вывел свою формулу продуктивности на основе исходной методики.

Метод ZTD — Zen to Done, т.е. продуктивность в стиле дзен — построен на 10 простых правилах:

1. Собирать всю информацию (задачи) в «корзине» — т.е. всё фиксировать, так же, как в GTD.
2. Все записи обрабатывать быстро, не откладывать на потом.
3. Разбивать задачи по папкам и категориям.
4. Важные дела планировать накануне, особо важные — за несколько дней.
5. При выполнении задачи быть сосредоточенным на ней — и только на ней. Не распылять внимание.
6. Создавать короткие и понятные списки дел.
7. Работать в таком режиме ежедневно, не отступать от методики.
8. Делать то, чем действительно хочется заниматься. Остальные задачи делегировать.
9. Формулировать задачи кратко и просто, не усложнять.
10. Регулярно просматривать записи, убирать из них всё лишнее, анализировать эффективность своей работы.

Здесь также не приветствуется многозадачность. Поэтому методика вряд ли подойдёт тем, у кого одновременно в работе десятки дел. Либо для разных проектов рекомендуется вести разные списки — но это не очень удобно.

Блог
Проверить готовые статьи и поставить в отложку
Редактура: курсы по копирайтингу
Редактура: как работает рынок отзывов и накруток

Сайт
Подготовить правки для страницы валидатора
Контент для страницы благодарности новый
Чекнуть задачи по формам подписки и проверить попапы
Составить список ближайших категорий в шаблонах

Щи
Подготовить анонсы новых статей

Другие задачи
Найти все книжки (задача девопсам?)
Закончить вёрстку первой книги
Посмотреть презу партнёрки, запланировать время на задачу

Так, например, выглядит план на день — вроде всё в концепции ZTD, но отказаться от многозадачности при разноплановой работе сложно

Совет/пример. В отличие от GTD, метод ZTD не про долгосрочное планирование, а больше про работу в моменте. Прямо сейчас собираем список ближайших дел, распределяем, приступаем. Регулярно сокращаем и пополняем новыми делами — повторяем. Работа по такой системе даётся проще, но всё же требует определённой педантичности: все задачи так же нужно фиксировать, распределять по темам, регулярно просматривать и анализировать список дел.

Автофокус

Зачем нужен. Выполнять задачи без стресса, фокусируясь на делах, которые приносят удовольствие.

Суть метода. Запишите все дела, которые нужно сделать. Например, за предстоящую неделю. После небольшого перерыва вернитесь к списку и в спокойном состоянии начните медленно его читать. Когда интуитивно остановитесь на какой-то задаче и почувствуете, что именно ей хотите заняться, — приступайте. Главная изюминка метода — поймать момент воодушевления, когда не терпится приступить к конкретной работе.

После выполнения задачи продолжайте работать со списком, каждый раз выбирая дело по душе. Таким образом вы значительно уменьшите список дел, выполняя их с удовольствием. А оставшиеся задачи будет выполнять проще, потому что чем короче список дел — тем меньше он давит на совесть ☐

Метод подходит творческим людям, которым некомфортно работать в чётких временных рамках. И, конечно, метод автофокуса не подойдёт тем, чья работа требует строгого соблюдения сроков, а задачи часто «горят».

Совет/пример. Несколько дней я тестировала метод автофокуса и вот что заметила:

- повысилась скорость выполнения мелких задач — когда понятно, что на выполнение задачи нужно потратить мало времени, хочется быстро её сделать и вычеркнуть из списка;
- продуктивность выполнения самых важных задач наоборот снизилась — когда «приятные» дела заканчиваются, довольно трудно настраиваться на более сложные. Кроме того, к середине/концу дня накапливается усталость от уже выполненных задач.

К примеру, за день мне надо отредактировать и отдать на вёрстку 4 статьи:



Если я воспользуюсь методом автофокуса, то, очевидно, решу начать со статей 1, 2 и 3 — тех, что попроще. Но при всей простоте они тоже потребуют пару-тройку часов работы. И значит, к редактуре самого сложного материала я подойду не в самом свежем состоянии. В таких случаях лучше работают другие методики — с «лягушкой» и «зажаренным мозгом». О них ниже.

Метод лягушки

Зачем нужен. Быстро выполнять самые неприятные дела и освобождать день для других задач.

Суть метода. Автор книг по саморазвитию Брайан Трейси предлагает с утра съедать лягушку.

Лягушка — это неприятная или сложная задача. Такие дела мы часто подсознательно откладываем, занимаясь вместо этого десятком других задач. Но лягушка всё это время смотрит сверху и ~~квакает~~ тревожит.

Трейси предлагает сделать наоборот: начать день с самого неприятного, расправиться с ним и со спокойным сердцем заниматься другими делами. Так вы не только разгрузите свой график, но и весь день сможете напоминать себе, какой вы молодец.

Совет/пример. Вернусь к примеру со статьями:



В этом случае моя «лягушка» — статья №4. Начинаю рабочий день с неё. Даже если работа даётся нелегко, то её проще сделать на свежую голову. Остальные статьи потребуют меньше усилий

Кстати, о свежей голове…

Fresh or Fried

Зачем нужен. Распределить задачи, которые нужно сделать в течение дня, — по сложности и важности.

Суть метода. С вечера составляйте список на следующий день. Все важные и сложные дела помещаются в начало списка, второстепенные — в конец.

С утра, когда вы только проснулись и ещё совсем свежи (Fresh), приступайте к важным делам. После обеда, когда мозг стал слегка зажариваться (Fried), можно взяться за рутинные задачи, которые не требуют строгой сосредоточенности.

Вечером не забудьте составить список на следующий рабочий день.

Совет/пример. В применении этого метода мне помог список самых частых задач, которые приходится выполнять. Наверняка в вашей работе такие тоже есть.

Редактура	Задачи в таск-трекере: поставить, проверить, обновить статусы
Сбор информации	Задачи на оплаты авторам и дизайнерам
Написание статей/лендингов и т.д.	Проверка свёрстанных статей
Апдейты статей	Сформировать отложку из готовых статей, внести в план публикаций с датами
Анонсы для Щей	Вёрстка статей
	Подготовка визуалов

Так выглядит список задач, которые я делаю постоянно. Слева я записала те, которые стоит выполнять на свежую голову. Справа — задачи, которые требуют меньшего интеллектуального вовлечения. Они важны и занимают немало времени, но я откладываю их на вторую половину дня

Сделайте это завтра

Зачем нужен. Сосредоточиться на постоянном развитии и планомерном решении задач шаг за шагом, не хвататься за всё подряд, поменьше отвлекаться на рутину.

Суть метода. Автор метода и одноимённой книги — американский бизнес-тренер Марк Форстер. Он предлагает не хвататься за срочные задачи, а переносить их на завтра. Для следования этой методике вам понадобится закрытый список дел.

Перед началом работы составьте список задач, которые планируете выполнить сегодня. В течение дня занимайтесь только тем, что есть в этом перечне. Если прилетают внезапные задачки, запишите их в список дел на завтра — он ещё открыт. Завтра с утра дополните список тем, что важно сделать, и снова его «закройте» — т.е. строго придерживайтесь запланированного и не хватайтесь за дела, которые возникают в течение дня.

Когда с детства вбивают прописные истины типа «Никогда не откладывай на завтра то, что можно сделать сегодня», привыкнуть к такому подходу сложновато. Но логика в нём есть. Зачастую срочные дела оказываются не такими уж срочными.

Редактура: кликбейт
Редактура: пуш-уведомления для бизнеса
Редактура: закон про иностр. слова
Апдейт Новичкам: автоматизация
Апдейт Новичкам: статистика (баз. и продвинутая)
Оплаты авторам поставить
Шаблоны: собрать визуалы для 15 шаблонов
Шаблоны: создать карточки, заполнить
Чек вёрстки дистрибьюторов
Список обложек для статей собрать
Анонсы в Щи
Анонс для Честно
Погенерить темы для блога
Бенчмарк по блогам

Это список моих задач на день



А это просьба от коллеги. Я не откладываю текущие дела ради рассылки, но вношу эту задачу как приоритетную в пока ещё открытый список на завтра

Конечно, на 100% метод работает не всегда. Есть задачи, которые просто нельзя отложить на потом. Но цель системы — минимизировать такие дела, насколько возможно.

Совет/пример. В книге М. Форстера концепция метода рассматривается более глубоко. Например, автор размышляет о том, что такое настоящая работа, а что — просто занятость. И рассуждает, как работать так, чтобы постоянно прокачивать свои скиллы и развиваться профессионально.

Метод швейцарского сыра

Зачем нужен. Решать задачи с длинным циклом, если одолела прокрастинация. Помогает маленькими шажками прийти к хорошему результату.

Суть метода. Представьте сыр с дырочками. Эти дырочки — разного размера и в разных местах.

А теперь представьте, что сложная задача, которую вам предстоит выполнить, это сыр, в котором нужно наделать много дырочек. Разбейте задачу на части — они могут быть разными по сложности и длительности.



В сыре много разных дырочек. Любой проект или большую задачу обычно тоже можно разбить на задачи помельче — одни занимают буквально полчаса, для других потребуется больше времени и сотрудников

Приступайте к задаче по частям, выполнив одну часть, сделайте «дырочку в сыре» и больше к ней не возвращайтесь.

Когда в сыре достаточно дырочек, его пора шлифовать и подавать к столу — т.е. объединить разные этапы работы в большой законченный результат.

Совет/пример. Лучше всего метод работает, когда не важна последовательность выполнения этапов. К примеру, если вы собираетесь в отпуск и составляете список того, что нужно успеть перед отъездом:

- выбрать и приготовить одежду;
- разносить новые кроссовки;
- купить санскрины и спрей от насекомых;
- отвезти кота к родителям;
- сходить к стоматологу и т.д.

Не имеет значения, в каком порядке вы будете выполнять все эти действия. Главное, чтобы к моменту отъезда вы и ваш чемодан были готовы к путешествию.

Интеллект-карта

Зачем нужна. Помогает структурировать информацию и составить список дел на короткие и длинные отрезки времени. Метод подходит тем, кому по работе нужно генерировать много идей, устраивать мозговые штурмы и визуализировать гипотезы.

Суть метода. Интеллект-карта — это древовидная схема. В её центр помещают ключевую тему или проблему, а всё, что вокруг, — это задачи, ресурсы, инструменты, которые помогут в достижении цели.

В карту стоит вносить всё, что касается конкретного проекта, темы или задачи. Обязательно фиксируйте даже то, что кажется мелочью — ведь именно мелочи чаще всего забываются и теряются в потоке глобальных идей и важных задач. Записали — значит, не забыли.

У интеллект-карты есть и другие названия: mindmap или ментальная карта, карта мыслей, диаграмма связей.

Диаграмма Ганта

Зачем нужна. Управлять долгосрочными проектами, планировать и отслеживать ход своей работы на длинном отрезке времени.

Суть метода. Диаграмма Ганта — это график, на горизонтальной оси которого проставляют временной интервал, а на вертикальной — список задач. На пересечении осей выделяют срок, в который нужно выполнить определённую задачу.

Такая диаграмма помогает увидеть свою работу в перспективе: за какие дела вы возьмётесь в ближайшее время, а к чему приступите, например, через месяц, сколько времени будете заниматься задачей и когда рассчитываете получить результат.

Также диаграмму Ганта удобно применять для работы больших команд над проектами.

Kanban

Зачем нужен. Планировать рабочий процесс, разбивать его на большие проекты с подзадачами и не забывать про мелкие дела.

Суть метода. Это японский метод управления проектами, удобный своей наглядностью. Главный инструмент метода — канбан-доска. На ней рисуют несколько столбцов. Самый простой вариант — доска с тремя столбцами: «Надо сделать», «В работе», «Сделано».

Нарисуйте такую доску от руки или используйте специальные сервисы для создания канбан-досок. По мере выполнения двигайте задачи из столбика в столбик. Составлять план можно на день, неделю, месяц или любой другой срок. Количество столбцов также зависит

только от вас: вы можете придумать дополнительные столбики-этапы. Например: «Надо сделать», «Сделать в текущем месяце», «В работе», «Сделано», «Отложить».



Нужен ли вашему маркетингу Scrum? Как мы внедрили этот фреймворк в Unisender

Kanban вместе со Scrum относятся к Agile — это такая философия управления проектами, при которой делают акцент на гибкость планирования и внимательное отношение к людям: сотрудникам, которые работают над проектом, клиентам, которые будут его принимать, и пользователям, которые купят конечный продукт.

Совет/пример. В отдельной статье мы уже рассказывали про методы управления проектами, но Kanban можно применять не только для работы. Предположим, у вас планируется семейное торжество или ремонт. Канбан-доска поможет спланировать самые важные этапы, составить список необходимых покупок и дел.

Хронотип

Зачем нужен. Составить идеальный распорядок дня, исходя из потребностей организма.

Суть метода. Клинический психолог, сомнолог, кандидат медицинских наук Майкл Бреус выделяет четыре хронотипа — индивидуальных особенностей организма, которые зависят от суточных ритмов. Проще говоря, по хронотипу можно понять, когда человек наиболее продуктивен, а когда ему лучше отдыхать.

Деление на «сов» и «жаворонков» широко известно. А вот Бреус предложил более чёткую классификацию:

«Медведи» — около 50% людей	Идеальный распорядок дня: просыпаться с 07:00 до 11:00, пик продуктивности — с 11:00 до 18:00, сон — не позднее 23:00.
«Львы» — 15%	Просыпаются сами без будильника с 05:00 до 10:00, пик продуктивности — с 10:00 до 17:00, сон — с 22:00.
«Волки» — 20%	Просыпаются утром с трудом, обычно с 07:30 до 12:00, продуктивны примерно до 20:00, сон — после полуночи.
«Дельфины» — 15%	Для них характерен беспокойный режим сна, и даже проснувшись с 06:00 до 10:00, они могут легко лечь поспать среди дня. Пик продуктивности — с 10:00 до 18:00. Чтобы уснуть хотя бы к 00:00, «дельфинам» лучше жёстко ограничивать гаджеты за пару часов до сна.

Майкл Бреус считает, что выстраивать распорядок дня необходимо в соответствии со своими биоритмами: «волкам» не стоит трудиться с 6 утра, а «львы» наоборот могут брать самые сложные задачи в первой половине дня, т.к. с лёгкостью просыпаются рано.

Хронометраж

Зачем нужен. Проанализировать собственную продуктивность и оптимизировать ресурсы для выполнения регулярных задач.

Суть метода. Это длительная техника. Начать нужно с наблюдения — за самим собой.

В течение двух недель записывайте все дела, на которые тратите больше 2-3 минут. На этом этапе не нужно ничего анализировать. Главная задача — планомерно всё фиксировать.

Следующие две недели добавляйте отметки о том, насколько эффективно было потрачено время. Например:

- задача выполнена полностью;
- результат есть, но не окончательный;
- время потрачено впустую.

При отрицательных или частично-положительных результатах можно указывать причину, по которой успеха не случилось. Например, навалилась куча срочных задач, и дело пришлось отложить, или не хватило сил в конце рабочего дня.

Спустя месяц внимательно проанализируйте результаты и постарайтесь найти закономерности:

- на какие задачи уходит больше времени, а на какие меньше;
- в какое время дня вы более продуктивны, а когда больше прокрастинируете.

На основании результатов хронометража вы сможете оптимизировать свой рабочий график. Например, подстроить самые важные встречи и сложные дела на время, когда вы наиболее эффективны. Или составить список задач, с которыми справляетесь хуже, — и делегировать их или пройти дополнительное обучение.

Метод хронометража также поможет в ситуации, если вы планируете сменить направление деятельности: он помогает выявить склонности к определённым типам задач и понять, что у вас лучше получается в работе.

Совет/пример. Интересно, что в когнитивно-поведенческой терапии есть похожая техника. Для отслеживания психического состояния психотерапевт может предложить пациенту заполнять такой дневник:

До: Составьте почасовой план дел в начале дня.

После: В конце дня запишите, что вы делали в это время, и отметьте каждое занятие буквой Д — дело или У — удовольствие.

Баллы: Д и У надо оценить от 0 до 5 баллов: чем больше число, тем сильнее чувство удовлетворения.

До		После	Баллы
7:00-8:00			
8:00-9:00			
9:00-10:00			
10:00-11:00			
11:00-12:00			
12:00-13:00			
13:00-14:00			

Заполнение такого дневника помогает:

- сконцентрироваться и осознать, что реально вы делаете в течение дня;
- заметить, какие дела приносят больше удовлетворения, а какие — «по нулям»;
- отметить свою продуктивность и почувствовать уверенность в своих силах;
- проанализировать успехи и неудачи.

Метод хронометража работает по схожей схеме и помогает лучше понять себя.

Краткий вывод по методикам

Успешность той или иной методики зависит от многих факторов — специфики работы, психологических особенностей личности, условий труда и т.д. Но мало подобрать оптимальные для себя техники. Ещё важно подстраивать их под конкретные обстоятельства.

Для эффективного тайм-менеджмента лучше применять сразу несколько способов для разных задач: например, для приоритизации дел использовать одну методику, затем при помощи другой распланировать график, а для управления временем на длинных отрезках — использовать инструменты для долгосрочного планирования.

1. Учебная дисциплина ПРОДЮССИРОВАНИЕ МЕДИАКОНТЕНТА
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 2. ПРИЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВРЕМЕНЕМ И ПОВЕДЕНИЕМ
Тема 2.2. Управление поведением в условиях конфликта
3. Цели занятия

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний коммуникационных эффектов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие и виды конфликтов. Стратегии конфликтного поведения. Стратегия избегания. Стратегия соперничества. Стратегия приспособления. Стратегия компромисса. Стратегия сотрудничества. Тактика конфликтного поведения.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. РАЗДЕЛ 2. ПРИЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВРЕМЕНЕМ И ПОВЕДЕНИЕМ
Тема 2.2. Управление поведением в условиях конфликта
Текст лекции

Конфликт — это столкновение противоположных интересов, взглядов, стремлений. Столкновение может произойти из-за материальных ресурсов — например, денег или должности — или нематериальных вещей: принципов, убеждений.

Чем конфликт отличается от спора или ссоры? В первом случае предмет дискуссии понятен, а спорящие получают скорее положительные эмоции. В ссоре, наоборот, предмет столкновения может быть завуалирован или вообще не важен. При этом участники получают друг от друга много негатива. В конфликте сильны обе составляющие: предмет всегда важен, а эмоции всегда негативные.



Кадр: фильм «Эксперимент „Офис“»

Часто конфликты в организациях делят на следующие типы:

1. Конфликт целей. В нём участники по-разному видят желаемое состояние предмета конфликта. Например, департаменты не могут договориться по поводу маркетинговой стратегии: одни хотят от неё только продаж, другие считают необходимым развитие бренда.
2. Конфликт интересов. Стороны претендуют на обладание одним и тем же ресурсом — предметом конфликта.
3. Эмоциональный конфликт. Его причины — в отношениях людей друг с другом. В таких конфликтах участники часто переходят с предмета на личности.

Конфликты могут быть вызваны как ошибками руководства, так и поведением самих сотрудников. В первом случае причинами могут стать ошибки в организации рабочего процесса, распределении должностных обязанностей, системе коммуникации, управлении командой. К конфликтам могут привести и привычки, принципы сотрудников, их отношение к работе.

«Когда человек работает в отстранённой команде, где никому нет дела до остальных, то у него появляется уязвимость. Каждый реагирует на это по-своему: кто-то психует и уходит из проекта, кто-то вымещает злость на коллегах, кто-то решает всё сам и перерабатывает. В итоге всё разваливается», — рассказывает основатель агентства интернет-маркетинга Oganov Digital Максим Оганов.

Разборки в офисе — это плохо? Чем полезны конфликты?

Опрошенные эксперты сходятся во мнении, что конфликты в коллективе — это нормально. Однако то, будут они полезными или разрушительными, зависит от навыков руководителя, от того, умеет ли он управлять столкновениями. Если не делать этого, конфликты могут негативно повлиять на персонал, руководителей и организацию.

«Последствия конфликтов могут быть разными — от вынужденных больничных по причине „лёгкого недомогания“ до внезапного увольнения ключевого участника команды. При этом возможности быстро найти замену не будет», — делится опытом старший менеджер по персоналу и развитию продуктов службы кадров Unilever Наталья Кравченко.

Вот несколько возможных отрицательных последствий конфликта:

- разрушение единства коллектива;
- ухудшение психологической атмосферы;
- нагнетание напряжённости и враждебности;
- незаинтересованность в общем успехе;
- неудовлетворённость трудом;
- публичное недовольство руководством.

Негативным последствием лично для руководителя может стать атака на источник его власти, говорит конфликтолог из СПбГУ Глеб Труфанов. Власть может быть построена на легитимности, харизме, вознаграждении, принуждении или чём-либо другом. Руководителю нельзя позволить конфликту разрушить его роль в компании. Нельзя допустить, чтобы коллектив сомневался в необходимости и важности этой роли, добавляет эксперт.

Несмотря на негативное начало, любой конфликт — это возможность для руководителя создать более совершенную структуру в организации. Столкновения в коллективе дают важную информацию об организационной среде. Они показывают дисфункции, которые менеджмент не заметил.

У конфликтов есть два больших положительных последствия, говорит HRD English Preschool Discovery Любовь Любимова. Первое — столкновения помогут увидеть недочёты в бизнес-

процессах и устранить их. Конфликт — это сигнал к развитию. Второе последствие состоит в том, что при умелом управлении конфликтами они даже сближают коллектив.



Кадр: фильм «Эксперимент „Офис“»

Позитивными последствиями также могут стать:

- разрядка напряжённости в межличностных и межгрупповых отношениях;
- более динамичное и мобильное взаимодействие сотрудников;
- рост согласованности в достижении целей;
- повышение активности и мотивации к работе;
- стимулирование роста квалификации, содействие творчеству, инновациям.

По мнению экспертов, если в организации нет конфликтов и сотрудники их всячески избегают, компания может умереть. Или однажды в ней произойдёт сильнейший «взрыв», на восстановление после которого уйдёт много ресурсов.

Руководителю важно научить сотрудников не бояться конфликтов, говорит CEO The Team, эксперт по стратегическому и командному развитию Тимур Соколов. «Ошибки случаются в силу несовершенства человеческой природы. Но чтобы их исправить, необходимо проговаривать те моменты, которые не устраивают, и понимать корневую проблему. Когда ясна природа конфликта, можно найти правильный подход ко всем сторонам и участникам», — рассказывает эксперт.

Открытые и закрытые конфликты: почему громкие ссоры лучше «закатывания глаз»

Конфликты могут быть открытыми и закрытыми. От формы конфликта зависит, как он будет протекать и как стоит на него реагировать руководителю.

Опрошенные эксперты констатируют: первый случай — простой. На него проще отреагировать, к нему проще подобрать решение. Такой конфликт сопровождают громкие ссоры и яростные споры. Конфликтующие прямо выражают свою позицию и не имеют скрытых мотивов.

Решение ситуации приносит пользу всем участникам — ведь каждый из них тратит в конфликте свои силы. Скорее всего, участники готовы изменить модель поведения. Это снизит вероятность рецидива.

Закрытые конфликты намного опаснее. Стороны не проявляют прямого негатива, и внешних агрессивных действий между ними нет. Конфликт может выражаться как вербально — например, подтруниванием, так и невербально — закатыванием глаз или показательным молчанием в ответ на вопрос. Такой конфликт ведёт в тупик, поскольку не позволяет решить проблему.

«Закрытый конфликт станет полезным только тогда, когда одна из сторон начнёт обсуждение и сделает его открытым», — делится опытом старший менеджер по персоналу и развитию продуктов службы кадров Unilever Наталья Кравченко.

Стратегии разрешения конфликтов: какую выбрать?

Стратегии поведения в конфликтах делят на два типа: пассивные и активные. К пассивным относятся уход и уступки, к активным — принуждение, компромисс и сотрудничество.

Руководитель должен понять, какая стратегия лучше подходит для конкретного конфликта, и побудить участников использовать именно её. Ниже мы подробно разберём пять стратегий и посмотрим, в каких ситуациях их стоит применять.

Уход. Стратегию используют те, кто не готов вовлекаться в конфликт и сотрудничать с оппонентом. Выбирая уход, участник отказывается от достижения целей — как своих, так и коллеги. Эту стратегию стоит выбирать, если:

- проблема тривиальная или существуют более важные проблемы;
- участник хочет, чтобы эмоции остыли, а оппонент пересмотрел точку зрения;
- шанса разрешить конфликт нет.

Уступчивость. В отличие от ухода, эта стратегия требует учитывать интересы другой стороны и сотрудничать с ней. Выбирая уступки, участник жертвует собственными интересами в пользу оппонента. Уступить стоит, если:

- участник осознаёт, что он неправ;
- предмет конфликта важнее для оппонента;
- участник хочет сократить потери в случае поражения в конфликте.

У этой стратегии есть риск — появление репутации «слабака» и повторение похожих ситуаций.

Принуждение. Антоним уступчивости. В этом случае участник стремится удовлетворить собственные интересы в ущерб интересам других. Стратегию принуждения используют, если отстаиваемые решения и действия жизненно важны.

Последствиями принуждения могут стать конфронтации в коллективе, потеря долгосрочных отношений с коллегами. Стратегия также грозит потерей авторитета, если защищаемое участником решение окажется неверным.

Компромисс. В этом случае оппоненты должны найти решение, которое частично удовлетворит интересы обеих сторон.

Компромисс стоит использовать, если участникам конфликта нужно найти разумное решение в ограниченное время. Стратегия также подходит для временных решений.

У этой стратегии есть минусы. Может получиться так, что ни одна из сторон не будет удовлетворена, договорённости будут краткосрочными, а участники не будут им следовать.

Сотрудничество. Усовершенствованная версия компромисса. Эти две стратегии считаются наиболее конструктивными. Выбрав сотрудничество, участники вместе работают над решением, которое полностью удовлетворит их интересы.

Эта стратегия используется, если сторонам необходимо истинное разрешение конфликта. Однако эта стратегия самая затратная по времени.

Если вы знаете пять стратегий, вы можете выбрать модель поведения в конфликте. В следующем разделе мы дополним стратегии простым алгоритмом. Он поможет прийти к решению.



Кадр: фильм «Особо опасен»

Алгоритм разрешения конфликта за три шага

Если стратегии поведения участники могут выбрать самостоятельно, то описанный нами алгоритм подходит для руководителя. У последнего есть разные инструменты для разрешения конфликтов.

Например, он может использовать административные меры: перевод в другой отдел или даже увольнение. Альтернатива — педагогические методы: можно убедить стороны найти решение. Представленный нами алгоритм предполагает, что руководитель участвует в конфликте как помощник, медиатор.

В схеме три шага: анализ причин, перевод конфликта в конструктивное русло и поиск решений.

Анализируем причины. Прежде чем вмешиваться в конфликт и искать решение, руководителю следует разобраться в причинах. Самый эффективный способ — беседа.

«Роль руководителя в конфликте должна сводится к медиативной. Он нейтральный посредник, который выступает супервайзером переговоров между конфликтующими сторонами», — советует конфликтолог из СПбГУ Глеб Труфанов.

Во время «примирительной» беседы руководитель должен внимательно слушать участников конфликта и оставаться объективным. Ему предстоит выяснить:

- проблему конфликта: из-за чего спорят участники;
- истинную причину конфликта — хотя часто обнаружить её очень тяжело;
- потребности и опасения сторон.

Руководителю также нужно понять, какие отношения были между участниками до конфликтной ситуации.

Нужно учитывать интересы людей, а не их точки зрения, обращает внимание руководитель отдела обучения и развития персонала Reg.ru Полина Турбина. Она приводит такой пример: двое утверждают, что каждому нужен целый апельсин, но он всего один.

«Казалось бы, это конфликт. Но если спросить каждого, зачем ему апельсин, то выяснится, что одному из них нужна мякоть для сока, а другому кожура для чая», — говорит она.

Вносим конструктив. На этом этапе руководителю, опираясь на собранную информацию, стоит высказать своё видение ситуации. Ему нужно проанализировать причины разногласий и обсудить с участниками конфликта, где их позиции расходятся.

«Важна хорошая аргументация, опираясь на которую можно эффективно донести до оппонента свою точку зрения. Для этого нужно показать плюсы и минусы разных решений», — говорит CEO The Team, эксперт по стратегическому и командному развитию Тимур Соколов.

Эксперты отмечают, что руководитель должен высказать мнение, а не вердикт. Подача должна быть спокойной, лидер не должен давить своим авторитетом и властью.

На этом этапе руководителю вместе с участниками нужно понять или визуализировать идеальный результат. Именно к нему они хотели бы прийти. Такой совет даёт старший менеджер по персоналу и развитию продуктов службы кадров Unilever Наталья Кравченко.

Ищем решение. Руководитель и участники конфликта должны найти решение, на которое все согласятся. Лидер не должен давать окончательное решение сам, ему стоит поддерживать подход win-win.

Полина Турбина из Reg.ru советует на этом этапе использовать матрицу принятия решений. В её столбцах нужно перечислить варианты решений, а в строках — важные критерии выбора. Далее вместе с участниками конфликта нужно по пятибалльной шкале оценить каждый вариант по всем критериям. Стоит выбрать решение, которые наберёт наибольшее число баллов.

	Управляе-мость	**Цена**	**Профес-сионализм**	**Итого**
Маркетинговое агентство	4	1	5	10
Распределённая команда фрилансеров на аутсорсе	2	5	3	10
Наём специалистов внутрь компании	5	3	5	13

Пример матрицы принятия решений

После того как решение найдено, эксперты советуют ещё раз проговорить его и таким образом «зафиксировать» примирение. Также стоит определить время, в течение которого участники конфликта смогут вернуться к обсуждению. За это время они должны проверить, достигают ли они своих целей. В противном случае конфликт остаётся неразрешённым, он требует дополнительных действий. Обсуждение придётся провести по второму кругу.

Профилактика конфликтов: как не допускать разрушительных ссор

Чтобы не допускать разрушительных конфликтов, лидер должен показать команде, что открытость и прозрачность в общении — это корпоративная норма. Эксперты рекомендуют формировать культуру честного разговора и обратной связи. Помимо этого, руководителю стоит работать над вовлечённостью каждого сотрудника в деятельность компании, поощрять и находить интересные методы мотивации.

HRD English Preschool Discovery Любовь Любимова предлагает следующие основные методы профилактики конфликтов в организации:

- регулярные встречи;
- чёткий механизм обратной связи с руководителем;
- прописанные стандарты и процедуры;
- коллективное принятие стратегически важных решений;
- совместные мероприятия — от стратегических сессий до корпоративных выездов.

Один из подходящих форматов: собрания, на которых коллеги делятся тем, что их беспокоит. На них можно проводить практику «Карма». Её суть в том, что по пятницам сотрудники встречаются и проговаривают итоги прошедшей недели. Они также ставят друг другу плюс или минус «в карму», объясняя причины такого выбора.

Честный и открытый диалог минимизирует риски новых конфликтов. «Так можно найти проблемы, которые беспокоят команду. Если есть внутреннее недовольство действиями коллег, нужно открыто это проговорить, после чего стоит искать совместное решение», — рассказывает CEO The Team Тимур Соколов.

«Резюмирую: руководителю не обязательно быть конфликтологом. Ему нужно быть эмпатичным и последовательным. Изучить каждого сотрудника и постараться создать атмосферу присутствия для членов команды. Тогда вероятность конфликтов приблизится к нулю», — говорит основатель агентства интернет-маркетинга Oganov Digital Максим Оганов.

Как научиться управлять конфликтами?

В статье мы посмотрели сверху на управление конфликтами. Поговорили, почему они возникают и как их можно классифицировать. Кроме того, разобрали активные и пассивные стратегии поведения в конфликте, алгоритм разрешения ситуации наиболее экологичным способом.

Однако всё это — лишь верхушка айсберга в технологии управления конфликтами. Чтобы научиться извлекать из них пользу, а не стресс, нужно:

- знать, как управлять эмоциями в конфликте;
- уметь использовать комбинированные стратегии разрешения конфликтов;
- разбираться в том, какие слова и фразы не стоит говорить в конфликтной ситуации;
- уметь предотвращать конфликты на этапе найма и адаптации сотрудников;
- знать, как управлять конфликтом с помощью перевода и увольнения сотрудников;
- владеть механиками выхода из конфликтных ситуаций, в которых участвуют: руководитель и коллектив, два коллектива одной организации, руководитель и владелец бизнеса.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина ПРОДЮССИРОВАНИЕ МЕДИАКОНТЕНТА
2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ПОВЕДЕНИЯ ЛИЧНОСТИ

Тема 1.1. Понятие и функции самоменеджмента

Тема 1.2. Основные психологические теории личности

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний этапов проектирования коммуникативных компаний.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Соотношение понятий самоорганизация и самоменеджмент. Соотношение понятий менеджмент и управление. Субъект и объекта управления. Собственное поведение как объект управления. Основные функции самоменеджмента.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Классическая бихевиористкая модель поведения личности. Поведение личности с точки зрения теории психоанализа. Ценностные установки и поведение личности. Теория жизненных позиций Э. Берна. Стресс и его влияние на поведение личности. Теория стресса Г. Селье. Приемы самопрограммирования поведения.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

6. Проблема человеческого существования и работа со своим будущим.
7. Сущность футурологического прогноза.
8. Будущее человечества и новая картина мира
9. Построение цели личностного развития по технологиям SMART, Objectives & Key Results (OKR), HARD, KPI, BSQ.
10. Управление временем и приоритизация жизненных и профессиональных задач.
11. Технологии построения индивидуального образовательного маршрута и создание личной ресурсной карты.
12. Развитие мягких навыков и эмоционального интеллекта.

13. Жесткие навыки и профессиональная карьера.

14. *Теория жизненных позиций Э. Берна*

15. *Стресс и его влияние на поведение личности*

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия: **Самопрезентация как форма управления впечатлением**

Форма практического задания: реферат (доклад с презентацией), дискуссия по выполненному реферату.

Темы рефератов (докладов):

1.Определение и значение самоорганизации в жизни человека.
2.Основные инструменты самоорганизации и их применение в повседневной жизни.
3.Как использование планировщиков и календарей помогает в организации времени и повышении продуктивности.
4.Метод GTD (Getting Things Done) - как он работает и как его использование может улучшить организацию работы и личную эффективность.
5.Как использование технологий и программного обеспечения может помочь в самоорганизации и повышении эффективности работы.
6.Как организовать рабочее пространство, чтобы повысить эффективность и комфортность работы.
7.Какие принципы самоорганизации могут быть применены в управлении карьерой и профессиональным ростом.
8.Как правильно ставить цели и какие методы самоорганизации могут помочь в их достижении.
9.Как использование инструментов самоорганизации может помочь в управлении своими финансами и личными делами.
10.Как использование методов самоорганизации может помочь в улучшении баланса между работой и личной жизнью.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – Эссе

1.Каковы преимущества использования хронометража как персональной системы учета времени?
2.Какие могут быть вызовы при использовании хронометража для учета времени?
3.Какие возможности для управления временем предоставляет хронометраж?
4.Как использование хронометража может повлиять на продуктивность и эффективность работы?
5.Какие виды задач и деятельности лучше всего подходят для учета времени с помощью хронометража?
6.Как использование хронометража может повлиять на баланс между работой и личной жизнью?
7.Как можно использовать данные хронометража для анализа временных затрат и планирования своей работы?
8.Как хронометраж может быть использован для определения времени, затраченного на различные виды задач и деятельности?
9.Каковы могут быть преимущества использования хронометража в командной работе?
10.Какой эффект оказывает хронометраж на уровень стресса и усталости в работе?.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина ПРОДЮССИРОВАНИЕ МЕДИАКОНТЕНТА
2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. ПРИЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВРЕМЕНЕМ И ПОВЕДЕНИЕМ

Тема 2.1. Управление временем

Тема 2.2. Внутренние корпоративные коммуникации

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, работой с целевой аудиторией и формально-содержательные характеристики.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	*Понятие и свойства времени как социального процесса. Умение управлять временем как фактор результативности работы менеджера. Недооценка значения времени. Целеполагание и конкретизация цели во времени. Планирование времени*	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Понятие и виды конфликтов. Стратегии конфликтного поведения. Стратегия избегания. Стратегия соперничества. Стратегия приспособления. Стратегия компромисса. Стратегия сотрудничества. Тактика конфликтного поведения	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

6. Время как невосполнимый ресурс.
7. Поглотители времени.
8. Способы минимизации неэффективных расходов времени.
9. Хронометраж как система учета и контроля расходов времени.
10. Определение понятия хронометраж, суть и задачи хронометража. Характеристика техники полного хронометража.
11. Необходимость корпоративного внедрения тайм-менеджмента.
12. Предпосылки и определение корпоративного тайм-менеджмента.
13. Тайм-менеджмент в программе корпоративного университета
14. *Принцип приоритетов. Матрица Эйзенхауэра.*
15. *Принцип уточнения приоритетов*

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. *Тема практического занятия:* **Публичное выступление как разновидность самопрезентации**
2. *Форма практического задания: реферат (доклад с презентацией), дискуссия по выполненному реферату.*

3. Темы рефератов:
4. 1.Определение корпоративного тайм-менеджмента и его значения для бизнеса.
5. 2.Какие методы и инструменты тайм-менеджмента используются в корпоративном мире?
6. 3.Как использование планировщиков и календарей может помочь в организации рабочего времени в
7. рамках команды или отдела.
8. 4.Как использование метода GTD (Getting Things Done) может помочь в повышении
9. производительности и улучшении организации работы в корпоративной среде.
10. 5.Как организовать рабочее пространство, чтобы повысить эффективность и комфортность работы в офисе
11. 6.Как использование технологий и программного обеспечения может помочь в управлении рабочим временем и повышении эффективности работы команды.
12. 7.Какие принципы тайм-менеджмента могут быть применены в управлении проектами и тимбилдинге.
13. 8.Как правильно ставить цели и какие методы тайм-менеджмента могут помочь в их достижении на корпоративном уровне.
14. 9.Как использование инструментов тайм-менеджмента может помочь в управлении бюджетом и ресурсами на корпоративном уровне.
15. 10.Как использование методов тайм-менеджмента может помочь в улучшении коммуникации внутри компании и между подразделениями.
16.
17.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – Эссэ

1.Как вы понимаете понятие "карьера"?
2.Как вы определяете свои карьерные цели и планы?
3.Как вы выбираете свою профессию или направление карьеры?
4.Какое образование и квалификация нужны для успешной карьеры в вашей области?
5.Какое значение имеют профессиональные навыки и опыт работы в карьерном росте?
6.Как вы развиваете свои профессиональные навыки и компетенции?
7.Какое значение имеют социальные и коммуникативные навыки в карьере?
8.Какое значение имеет лидерство в карьере?
9.Как важна сеть контактов для карьерного роста?
10.Как важно сохранять баланс между работой и личной жизнью в построении карьеры?

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ПОВЕДЕНИЯ ЛИЧНОСТИ

Тема 1.1. Понятие и функции самоменеджмента

Не предусмотрены

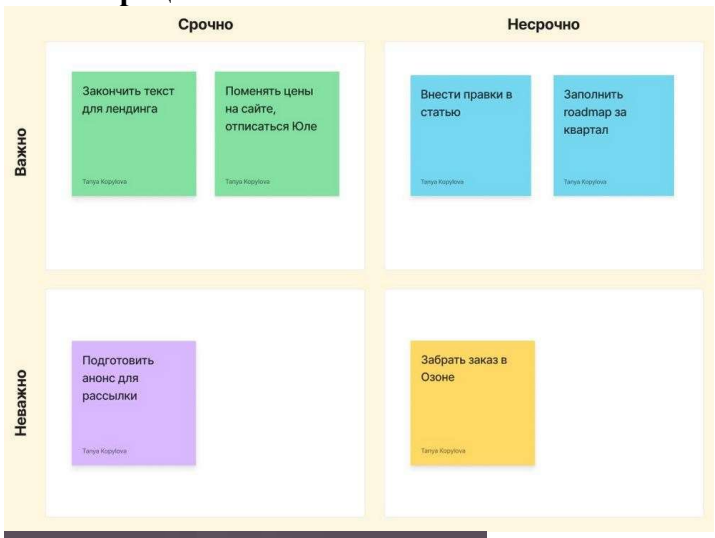
Тема 1.2. Основные психологические теории личности

Не предусмотрены

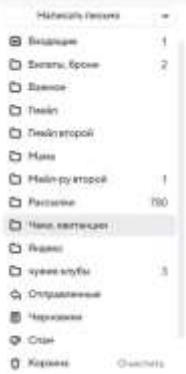
РАЗДЕЛ 2. ПРИЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВРЕМЕНЕМ И ПОВЕДЕНИЕМ

Тема 2.1. Управление временем

Иллюстрации:







1

- [ ] Заверстать 40 страниц в книжке

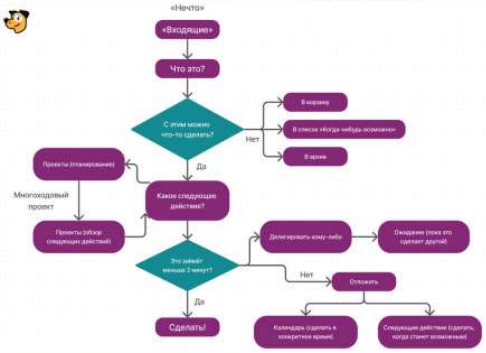
3

- [ ] Редактура: маркетиновые каналы
- [ ] Аптека: сделать заказ и выкупить
- [ ] Подготовить анонсы для Алины

5

- [ ] Чекнуть готовые статьи
- [ ] Сформировать отложку
- [ ] Сделать список категорий (шаблоны)
- [ ] Повесить занавеску
- [ ] Убрать зимнюю одежду и обувь





Блог
Проверить готовые статьи и поставить в отложку
Редактура: курсы по копирайтингу
Редактура: как работает рынок отзывов и накруток

Сайт
Подготовить правки для страницы валидатора
Контент для страницы благодарности новый
Чекнуть задачи по формам подписки и проверить попапы
Составить список ближайших категорий в шаблонах

Щи
Подготовить анонсы новых статей

Другие задачи
Найти все книжки (задача девопсам?)
Закончить вёрстку первой книги
Посмотреть презу партнёрки, запланировать время на задачу

Статья 1	Статья 2
От автора А, который сдаёт отличные материалы. Будет минимум правок.	От автора А, который сдаёт отличные материалы. Будет минимум правок.
Статья 3	**Статья 4**
От автора В на узкую и хорошо знакомую мне тему.	Большая, на сложную тему, а у автора С есть проблемы со стилистикой.

Редактура
Сбор информации
Написание статей/лендингов и т.д.
Апдейты статей
Анонсы для Щей

Задачи в таск-трекере: поставить, проверить, обновить статусы
Задачи на оплаты авторам и дизайнерам
Проверка свёрстанных статей
Сформировать отложку из готовых статей, внести в план публикаций с датами
Вёрстка статей
Подготовка визуалов

Редактура: кликбейт
Редактура: пуш-уведомления для бизнеса
Редактура: закон про иностр. слова
Апдейт Новичкам: автоматизация
Апдейт Новичкам: статистика (баз. и продвинутая)
Оплаты авторам поставить
Шаблоны: собрать визуалы для 15 шаблонов
Шаблоны: создать карточки, заполнить
Чек вёрстки дистрибьюторов
Список обложек для статей собрать
Анонсы в Щи
Анонс для Честно
Погенерить темы для блога
Бенчмарк по блогам









До		После	Баллы
7:00-9:00			
9:00-9:00			
9:00-10:00			
10:00-11:00			
11:00-12:00			
12:00-13:00			
13:00-14:00			

Тема 2.2. Управление поведением в условиях конфликта
Не предусмотрены

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РЕАЛИЗАЦИЯ КОМПЛЕКСНЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ

Направление подготовки
«42.03.02 Журналистика»

Направленность
Журналистика

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При

неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. Сущность и виды комплексных коммуникационных кампаний	
Тема 1.1. Медиасреда как пространство реализации комплексных коммуникационных кампаний	Типология современных медиа – по носителю, территории, специализации, возрасту и полу аудитории, качественной или массовой направленности и т.д. Тенденции в формировании спроса на медийный контент, виды медийного контента в зависимости от типа медиа. Тенденция к переходу коммуникационных кампаний в нью-медиа.
Тема 1.2. Стратегии коммуникации и планирование комплексной коммуникационной кампании	Предпосылки выбора стратегии коммуникационной кампании – экстенсивной, интенсивной, доверительной, кризисной. Определение ресурсов, необходимых для реализации коммуникационной кампании. Документирование хода коммуникационной кампании.
РАЗДЕЛ 2. Исследовательская база для реализации комплексных коммуникационных кампаний	

Тема 2.1.. Оценка преимуществ комплексной коммуникационной кампании	Интеграция рекламы, связей с общественностью, прямых продаж, журналистики, партизанского маркетинга для достижения максимального эффекта коммуникационной кампании. Мультифункциональность, трансформация традиционного пула профессий, новые компетенции. Партизанский и вирусный контент, как низкобюджетные инструменты коммуникационной кампании.
Тема 2.2. Медиаизмерения и медиапланирование в коммуникационной кампании	Суть подхода RACE – research, action, communication, evaluation. Исследования социологической школы (опросы, статистические метрики, контент-анализ). Исследования психологической школы (наблюдение, инструментальные исследования), в том числе нейропсихологии. Медиа-метрики (количество контактов, рейтинг и др.). Автоматизированные сервисы получения данных и организации коммуникации – Медиалогия, Brand analytics, Press feed и др.
РАЗДЕЛ 3. Инструменты реализации комплексных коммуникационных кампаний	
Тема 3.1. Тон оф войз в коммуникационной кампании, виды тон оф войз, правила формирования	Виды тон оф войз - принципы и этапы создания, роль в коммуникационной деятельности, вербальные и невербальные составляющие.
Тема 3.2. Нью-медиа – основа современной комплексной коммуникационной кампании	Отличительные особенности и специфика деятельности нью-медиа. Обеспечение траффика (органический траффик, таргетированная и контекстная реклама). Источники инфоповодов, контентный план, семантическое ядро и оптимальная структура контента.

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся;

углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения,

направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку

зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Сущность и виды комплексных коммуникационных кампаний.

Вопросы для самоподготовки:

1. 1. Роль медиа в распространении рекламы и пиар-контента. Медиа в структуре рекламного и Основные принципы подхода к созданию комплексных коммуникационных кампаний.
2. Характерные особенности инструментов коммуникаций в составе коммуникационной кампании, их синергия.
3. Специфика работа специалиста по коммуникациям в рамках концепции коммуникационной кампании.
4. Выбор стратегий коммуникационной кампании – экстенсивная, интенсивная, доверительных отношений, конкурентная.
5. Типология современных медиа.
6. Тенденции в формировании спроса на медийный контент, виды медийного контента в зависимости от типа медиа.
7. Отличительные особенности и специфика деятельности нью-медиа.
8. Источники инфоповодов, контентный план, семантическое ядро и оптимальная структура контента нью-медиа.
9. Предпосылки возникновения интереса к нейропсихологии для целей коммуникации. Основные принципы нейромаркетинга.
10. Сенсорный маркетинг – виды, оценка эффективности.
11. Теория поколений как новый способ сегментации аудитории.

12. «Спиральная динамика» как новый способ сегментации аудитории.
13. Современные методы измерения эффективности коммуникаций – автоматизированные сервисы и приложения.
14. Способы повышения медийности сообщений в рамках интегрированных коммуникаций.
15. Перспективы развития интегрированных коммуникаций в Информационном обществе.

РАЗДЕЛ 2. . Исследовательская база для реализации комплексных коммуникационных кампаний.

Вопросы для самоподготовки:

1. Виды исследований в сфере коммуникаций.
2. Социо-культурная среда массовых коммуникаций и её анализ в рамках проведения исследований.
3. Роль теорий информационного общества в изучении феномена массовых коммуникаций.
4. Качественные и количественные методы, их природа и границы применения в исследованиях массовых коммуникаций.
5. Источники информации о рынке массовых коммуникаций.
6. Корректное получение и использование данных статистики исследованиях массовых коммуникаций.
7. Современные коммуникационные метрики как инструменты определения эффективности работы со СМИ.
8. Значение исследований массовых коммуникаций для прогнозирования успеха коммуникационной кампании.
9. Развитие рынка исследований массовых коммуникаций.
10. Задачи мониторинга социальных сетей.

РАЗДЕЛ 3. Инструменты реализации комплексных коммуникационных кампаний.

Вопросы для самоподготовки:

1. Составление семантического ядра и контентного плана для коммуникационной работы на определенную аудиторию.
2. Выбор тон оф войз для коммуникационной работы на определенную аудиторию.
3. Создание интегрированной платформы сенсорного воздействия для коммуникационной работы на определенную аудиторию.

4. Создание контента на основе ключевых слов, семантического ядра.

5. Контентный план, как основа коммуникационной кампании

6. Анализ результатов медийной работы с использованием автоматизированных сервисов

7. Современная жанровая система контента коммуникационных кампаний. Феномен сторителлинг.

8. Роль заголовочного комплекса, структуры текста для «чтения по диагонали». дочитываемость и доскраливаемость.

9. Дистрибуция контента коммуникационной кампании, виды дистрибуции.

10. Синергия рекламы, связей с общественностью, прямых продаж, директ-мейла и др. инструментов в рамках современной коммуникационной кампании.

11. Феномен вирусного контента, особенности создания и функционирования

12. Феномен современных инфлюенсеров. Их роль в успехе коммуникационных кампаний

13. Коммуникационные кампании в интернете, специфика

14. Преимущества комплексных коммуникационных кампаний

15. Тенденции в современных коммуникационных кампаниях.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Общая теория коммуникации»* предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических и лабораторных занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту в области медицины общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание

следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид

самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или

правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.

3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.

4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.

5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;

- в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;
- знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;
- свободное владение терминологией;
- ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

- ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;
- единичные ошибки в терминологии;
- ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

- логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;
- ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;
- студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;
- студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

- присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;
- незнание терминологии;
- ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего

алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по учебной дисциплине.

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	**Максимальная рейтинговая оценка, баллов**
академическая активность	*10*
практические задания	*40*
из них: текущие практические задания	*20*
итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за

каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	**Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации**
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий

13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

Если результат контроля успеваемости в рамках проведения контрольных мероприятий промежуточной аттестации (рубежный рейтинг обучающегося) неудовлетворительный (получено менее 13 рейтинговых баллов), то промежуточная аттестация по учебной дисциплине (модулю) невозможна даже при наличии высокого текущего рейтинга, полученного по итогам текущего контроля по учебной дисциплине (модулю).

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ И ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ

Направление подготовки
«42.03.02 Журналистика»

Направленность
Журналистика

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен

для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. Самопрезентация как форма управления впечатлением	
Тема 1.1. Понятие и формы самопрезентации	Понятие и формы самопрезентации. Трактовка самопрезентации И. Гофмана. Виды и средства самопрезентации. Устная и письменная самопрезентация. Видео и аудио самопрезентация. Приемы создания благоприятного впечатления. Понятия фасада и скрытой зоны. Три составляющие самопрезентации. Ошибки самопрезентации. Правила самоподачи
Тема 1.2. Стратегии и техники самопрезентации	Стратегии самопрезентации И. Джонса и Т. Питтмана. Стратегии самозатруднения Тайса, Джонеса, Бергласа. Стратегия похвалы исполнения противника Шеппарда и Аркина. Коммуникативные техники общения при самопрезентации. Техники управления впечатлением Р. Чалдини. Четыре дихотомии Ю.М. Жукова. Техники самоподачи Г.В. Бороздиной. Правила составления текста сообщений. Риторические приемы. Правила пространственно-временной организации общения. Приемы использования невербальных средств в общении.
РАЗДЕЛ 2. Публичное выступление как разновидность самопрезентации	
Тема 2.1. Основные признаки и принципы подготовки публичного выступления	Понятие публичного выступления. Условия успешности публичного выступления. Основные признаки публичной речи. Базовые элементы публичного выступления. Принцип инвенции. Разработка темы выступления. Составления портрета аудитории. Выбор цели выступления. Принцип диспозиции. Структурно-смысловая организация речи. Теория аргументации.

	Принцип элокуции. Работа над языковой формой речи. Основные фигуры речи.
Тема 2.2. Этапы работы оратора над речью	Создание ключевых идей. Проработка целей выступления. Фиксация алгоритма выступления. Проработка вопросов и ответов со стороны аудитории. Дизайн выступления. Репетиция выступления. Проведение выступления. Правила начала выступления. Правила окончания выступления. Анализ эффективности и успешности публичного выступления
РАЗДЕЛ 3. Формирование имиджа как результат самопрезентации	
Тема 3.1. Понятие и характеристики имиджа	Понятие и элементы имиджа. Характеристики имиджа. Функции имиджа. Субъекты имиджа. Виды имиджа. Персональный имидж. Институциональный имидж. Проектный имидж. Политический имидж. Территориальный имидж
Тема 3.2. Личный и институциональный имидж	Личный и корпоративный имидж. Понятие персонификации имиджа. Виды имидж формирующей информации. Габитарный имидж. Вербальный имидж. Невербальный имидж. Закономерности формирования первого впечатления. Факторы формирования первого впечатления. Аттракция и имидж. Имидж и самораскрытие в общении. Личностная и публичная идентичность. Имиджевые стратегии. Этапы формирования имиджа. Этапы вхождения в образ. Техники формирования имиджа.

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием»,

характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой

дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Самопрезентация как форма управления впечатлением
Тема 1.1. Понятие и формы самопрезентации
Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие и формы самопрезентации.
2. Трактовка самопрезентации И. Гофмана.
3. Виды и средства самопрезентации.
4. Устная и письменная самопрезентация.
5. Видео и аудио самопрезентация.

Тема 1.2. Стратегии и техники самопрезентации
Вопросы для самоподготовки:

1. Приемы создания благоприятного впечатления.
2. Структура коммуникативного процесса.
3. Классические модели коммуникации
4. Социологические и психологические модели коммуникации.
5. Личность как единица коммуникации

РАЗДЕЛ 2. Публичное выступление как разновидность самопрезентации
Тема 2.1. Основные признаки и принципы подготовки публичного выступления
Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие публичного выступления.
2. Условия успешности публичного выступления.
3. Основные признаки публичной речи.
4. Базовые элементы публичного выступления.
5. Принцип инвенции. Разработка темы выступления.

Тема 2.2. Этапы работы оратора над речью
Задания для самоподготовки:

1. Составления портрета аудитории.
2. Выбор цели выступления.
3. Принцип диспозиции.
4. Структурно-смысловая организация речи
5. Правила начала выступления. Правила окончания выступления.

РАЗДЕЛ 3. Формирование имиджа как результат самопрезентации
Тема 3.1. Понятие и характеристики имиджа
Вопросы для самоподготовки:

1. Выбор места и времени.
2. Определение установки на результат.
3. Определение мотивации участников.

Тема 3.2. Личный и институциональный имидж
Задания для самоподготовки:

1. Статус, роли, стиль жизни и работы, культура психологические качества личности участников.
2. Механизмы и способы влияния.
3. Использование речевых тактик.
4. Фиксация результата деловой коммуникации.

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Самопрезентация как форма управления впечатлением

Тема 1.1. Понятие и формы самопрезентации

Не предусмотрено

Тема 1.2. Стратегии и техники самопрезентации

Не предусмотрена.

РАЗДЕЛ 2. Публичное выступление как разновидность самопрезентации

Тема 2.1. Основные признаки и принципы подготовки публичного выступления

Не предусмотрено

Тема 2.2. Этапы работы оратора над речью

Не предусмотрено

РАЗДЕЛ 3. Формирование имиджа как результат самопрезентации

Тема 3.1. Понятие и характеристики имиджа

Не предусмотрено

Тема 3.2. Личный и институциональный имидж

Не предусмотрено

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ И ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;

− внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

− запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

− постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Выделите главное, составьте план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.

2. На титульном слайде должно быть отражено:
- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;

– в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;

– знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;

– свободное владение терминологией;

– ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;

– единичные ошибки в терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;

– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;

– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

– незнание терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ И ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 1. Самопрезентация как форма управления впечатлением

Тема 1.1. Понятие и формы самопрезентации

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие и формы самопрезентации. Трактовка самопрезентации И. Гофмана. Виды и средства самопрезентации. Устная и письменная самопрезентация	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Базовые определения в теории самопрезентации

Понятие «самопрезентация» происходит от английского словосочетания «self presentation» - «самоподача», то есть представление себя другим людям. В русском энциклопедическом словаре оно дословно обозначает «управление впечатлением о себе у других людей с помощью бесчисленных стратегий поведения, заключающихся в предъявлении своего внешнего образа другим людям». [1]

Также есть предположение, что слово самопрезентация образовано от латинского «praesentatio» – представление, предъявление. Таким образом, в сознании современного человека оно укоренилось как представление самого себя. Если же рассматривать самопрезентацию соискателя, то это представление деловых и личностных качеств человека, ищущего работу, работодателю.

Термин самопрезентация, как правило, используется как синоним управления впечатлением для обозначения многочисленных стратегий и техник, применяемых индивидом при создании и контроле своего внешнего имиджа и впечатления о себе, которые он демонстрирует окружающим.

Кроме термина самопрезентация, который употребляется сравнительно недавно, для отечественной традиции долгое время более характерными были понятия самоподача и самопредъявление, используемые как синонимы.

Этимологически близкое понятие — самораскрытие имеет более широкое значение по сравнению с узкопрагматическим смыслом, который несет в себе американизм термина самопрезентация.

Таким образом, самопрезентация - это умение подавать себя, привлекая к себе внимание, актуализируя интерес людей на своих видео-, аудиокачествах.

Большинство исследователей, работающих в этом направлении, придерживаются определения самопрезентации, данного Ж. Тедеши и М. Риесом. По мнению этих авторов, самопрезентация – это намеренное и осознаваемое поведение, направленное к тому, чтобы создать определённое впечатление у окружающих. [2]

В американской традиции самопрезентация рассматривается как проявление демонстративного поведения в межличностном общении, а само демонстративное поведение – как одна из форм социального поведения.

В отечественных исследованиях самопрезентация рассматривается как процесс управления образами другого человека; процесс управления его восприятием через привлечение внимания; как правила делового общения.

Это субъект-объект ориентированный подход, когда для достижения своих целей человек использует любые средства. Главное – воздействие на образ себя, который сформировался у другого человека. Это тот вид самопрезентации, который используется в повседневной жизни, который сейчас очень востребован в бизнес среде. Это вид самопрезентации предполагает овладение навыками использование которых, скорее всего, принесет успех в достижении целей.

В дальнейшем самопрезентация раскладывается на правила и техники, которые используются для достижения этих целей.

Самопрезентация складывается из трех составляющих:

тот, кто самопрезентуется

тот, кому самопрезентуются

то, что самопрезентуется

Эти три составляющих объединяет цель, которую хочет достичь субъект самопрезентации. Второй участник часто воспринимается как объект, на которого можно оказывать воздействие. Дополнительным фактором может выступать окружающая среда, которая задает правила коммуникации.

Цель самопрезентации для большинства – восполнение нехватки. При этом сам субъект может и не осознавать, что нехватка существует. Но даже, если цель ясна и понятно, часто за ней есть скрытые мотивы, которые вовсе не очевидны. За целью – найти работу, может стоять мотив безопасности. Ведь так часто на собеседованиях звучит мотив стабильности, которую все ищут.

Если выписать определения из основных теорий и концепций самопрезентации, то получится следующий список:

Самопрезентация – средство организации своего поведения;

Самопрезентация – форма социального поведения (демонстративное поведение);

Самопрезентация – средство подтверждения образа своего «Я» и поддержание самооценки;

Самопрезентация – средство самовыражения;

Самопрезентация – поведенческая реализация мотивации достижения или избегания неудач;

Самопрезентация – стремление к власти в межличностных отношениях;

Самопрезентация – управление восприятием через привлечение внимания;

Самопрезентация – правила делового общения.

По-сути основная направленность всех перечисленных трактовок определения самопрезентации – исследование поведенческого уровня. Человек рассматривается как объект, который ставит перед собой определенные цели. И использует самопрезентацию для достижения этих целей. При этом им движет либо мотивация к достижению целей, либо к избеганию неудач. И это может в обоих случаях привести человека к успеху.

Далее следует более подробно рассмотреть классификацию существуюших теорий самопрезентации.

2. Классификация теорий самопрезентации

Основные исследования самопрезентации отвечают на вопросы: почему люди занимаются самопрезентацией, всем ли в одинаковой степени свойственно стремление к самопрезентации, какие стратегии и техники используются в процессе самопрезентции.

Традиционно выделяют три группы теорий. Первую группу составляют мотивационные теории. В их основе лежит допущение, что самопрезентация обусловлена внутренними факторами – мотивацией. Вторую группу составляют ситуативные теории, согласно которым самопрезентация подвержена влиянию внешних факторов, т.е. параметрами конкретной ситуации, в которой действует человек. Сторонники теорий третьей группы придерживаются мнения, что на самопрезентацию оказывают влияние как те, так и другие факторы.

Первое систематическое исследование феномена самопрезентации провел американский социолог И.Гофман. Предложенная Гофманом концепция социальной драматургии подробно описана в книге «Представление себя другим в повседневной жизни», ставшей признанной монографией по проблеме самопрезентации. Проведенный Гофманом подробный теоретический анализ не только сделал самопрезентацию предметом социально-психологических исследований, но и задал некоторые направления разработки этой проблематики. В частности, большое внимание И.Гофман уделил описанию различных приемов, используемых субъектом для контроля за впечатлениями, которые он производит на аудиторию.[3]

Мотивационные теории анализируют процесс самопрезентации с точки зрения базовых мотивов, на реализацию которых направлена самопрезентация. Так, по мнению Е.Джонса и Т.Питтмана (1982), в основе процесса самопрезентации лежит мотив власти, т.е. стремление поддержать и расширить влияние в межличностных отношениях.

Р.Аркин (1981) и А.Шутц (1998) рассматривают самопрезентацию как поведенческую реализацию мотивации достижения и мотивации избегания неудачи и выделяют в соответствии с этими мотивами приобретающую самопрезентацию и защитную самопрезентацию. Для приобретающей самопрезентации характерен выбор адекватных ролей и задач (соответствующих социальному положению, образованию и пр.), выбор социальной среды, соответствующей уровню идентификации субъекта (общение с равными себе по статусу индивидами). Защитная самопрезентация чаще всего не осознается и проявляется в том, что субъект выбирает неадекватную для решения своих задач среду: либо руководствуясь заниженными требованиями, либо - непомерно высокими.

Личностные теории самопрезентации акцентируют внимание на личностных характеристиках субъекта самопрезентации, т.е. пытаются выявить индивидуальные особенности, связанные со склонностью субъекта управлять впечатлением о себе у партнера по взаимодействию. Среди таких индивидуальных особенностей выделяют, в частности, публичное самосознание (А.Фенигстейн, 1987) и самомониторинг (М.Снайдер, 1987).

Ситуационные теории самопрезентации рассматривают те детерминанты самопрезентации, которые связаны с особенностями ситуаций взаимодействия. Так, М.Лири и Р.Ковальски (1990) связывают самопрезентацию с такими характеристиками ситуации как степень публичности, значимость целей взаимодействия для субъекта, зависимость от объекта самопрезентации и др. Б.Шленкер (2003) отмечает, что большое значение для регуляции процесса самопрезентации имеют нормы и правила взаимодействия, принятые в данной культуре или социальной группе.

Согласно современным теориям самопрезентация является полимотивированной активностью, поэтому можно утверждать, что в основе самопрезентации в зависимости от конкретной ситуации и от личностных особенностей субъекта может лежать мотив власти, мотив самоконструирования и поддержания позитивной самооценки, мотив самовыражения, самораскрытия, мотив достижения или избегания неудачи и другие базовые мотивы личности.

В соответствии с тремя группами теорий мы можем выделить три основные единицы анализа процесса самопрезентации: стратегия, тактика и техника самопрезентации.

Наиболее крупной единицей анализа самопрезентации является стратегия самопрезентации. Стратегия самопрезентации соответствует мотивационному уровню и характеризует самопрезентацию как отдельную деятельность.

Уровню цели соответствуют тактики самопрезентации - те конкретные поведенческие приемы, которые используются субъектом для формирования определенного впечатления у аудитории (например, если перед субъектом стоит цель – казаться привлекательным, то он будет льстить, демонстрировать благосклонность и т.д.) Тактики характеризуют самопрезентацию как действие.

Наиболее мелкой единицей анализа самопрезентации является техника самопрезентации как способ предоставления информации о себе. Техника самопрезентации характеризует самопрезентацию как операцию. Описываемые в литературе техники самопрезентации могут быть самыми разнообразными: от контроля за собственным внешним видом (манеры, одежда и др.) до использования имиджа других людей в собственных целях (непрямые техники «купание в лучах чужой славы» и «вредительство»).

Все техники самопрезентации можно условно разделить на вербальные и невербальные. К невербальным техникам относятся внешний вид, одежда, манера держаться, обстановка и др. Вербальные техники самопрезентации бывают непрямыми, как, например, использование информации о других людях и «озвучивание» своих аттитюдов, и прямыми. Прямые техники самопрезентации – это самоописания через личностные и социо-ролевые характеристики, через действия и увлечения, а также через истории о своей жизни.

Особенности стратегий, тактик и техник самопрезентации определяются в соответствии с тем уровнем процесса, которому они соответствуют: выбор стратегии определяется в большей степени особенностями мотивационной сферы субъекта и личностными особенностями, в то время как выбор техники осуществляется на ситуационном уровне.[4]

Таким образом, все существующие на данный момент подходы к рассмотрению явления самопрезентации можно разделить на три группы: мотивационные, ситуативные теории и теории, объединяющие в себе основные положения первых двух групп. В контексте деловой самопрезентации в рамках данной работы следует уделить особенное внимание третьей группе теорий (как самым современным). И, в первую очередь, ознакомиться с целевым уровнем самопрезентации на примере связи мотивов самопрезентации с имиджем делового человека.

1. Учебная дисциплина. САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ И ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 1. Самопрезентация как форма управления впечатлением

Тема 1.2. Стратегии и техники самопрезентации

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Стратегии самопрезентации И. Джонса и Т. Питтмана. Стратегии самозатруднения Тайса, Джонеса, Бергласа. Стратегия похвалы исполнения противника Шеппарда и Аркина. Коммуникативные техники общения при самопрезентации.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 1.2. Стратегии и техники самопрезентации

Подсознательное восприятие человека

На этом этапе собеседник чувствует энергетику, внутренний настрой, темперамент, и чувствует насколько перед ним обаятельная и привлекательная личность. Флюидное излучение существует и визуально фиксируется: особый блеск глаз, чарующая улыбка, своеобразная интонация голоса, привлекательность манер поведения, динамика жеста. Обаятельная личность легко адаптируется к новым условиям, умеет сохранять уверенность в кругу незнакомых людей, нескрываемое желание лидерства, доброжелательность к инакомыслию и спорам, проникновенное общение с теми, кто нуждается в помощи и участии. Духовно здоровая «Я концепция» подстраховывает личность как от заниженной, так и от завышенной самооценки, она придает ей мажорное ощущение жизни. Неслучайно люди с подобным духовным настроением просыпаются утром с улыбкой, получают удовольствие от прогулки в любую погоду, не делают из пищи культа, с ними легко общаться. Духовно здоровые личности быстрее добиваются успеха в создании привлекательного имиджа. Однако духовность сама по себе не гарант успеха личности. Немало талантливых и порядочных людей, которые не смогли себя реализовать, не сумев своими идеями увлечь других. Чтобы достичь при жизни полной самореализации, необходимо ставить перед собой высокие цели и постоянно поддерживать в себе стремление к их достижению. Создаваемая таким образом энергетика духа оказывает стимулирующее влияние на волевой механизм. Волевое напряжение придает личности жизненный оптимизм. И она, преодолевая трудности, не ломаясь при неудачах, достигает своей цели. Быть обаятельным – своего рода мужество, ибо требуется непрерывная работа над собой.

Обаяние – это взаимная любовь души и разума. Любой конфликт между ними отражается на внешности и характере человека. Важно полюбить себя, повернутся к своей душе, выйти на

путь к своей цели; при этом изменятся не только личные качества, но даже тело станет привлекательным, лицо симпатичным, улыбка обворожительной.

Для успеха недостаточно просто от природы быть красивым человеком, красота недолговечна, а вобт обаяние с годами никуда не исчезает. Обаятельной личностью можно и нужно стать, чтобы быть успешным и востребованным в обществе. А сделать это возможно только работая над своим имиджем. Эта одна из главных целей имиджмейкеров при работе с клиентом по созданию персонального имиджа. Таким образом в следующих главах от целей следует перейти к техникам самопрезентации и рассмотреть непосредственные этапы из которых она состоит, для того чтобы проанализировать каким образом человек может работать над своей самопрезентацией в деловой сфере.

2. Этапы самопрезентации делового человека

2.1 Подготовка к самопрезентации

Как упоминалось в первой главе, в первую очередь необходимо определиться с целью самопрезентации. Нужно внимательно изучить или представить целевую аудиторию, перед которой придется предстать. Можно спросить: какие у нее ожидания? Что хотят увидеть другие люди?

- Необходимо тщательно продумать, каким человек сам хочет себя представить другим людям, какие качества в себе хочет подчеркнуть, какое хочет создать впечатление.

Далее требуется обдумать, какими средствами можно этого достичь. Ответить себе на вопрос: как другие люди поймут, что вы компетентный/опытный/энергичный/ответственный/… и т. д.

- Человеку следует изучить собственный имидж. Какое послание в себе он несет как человек, пришедший на собеседование? Можно заранее создать свой лозунг или кредо, это поможет сформировать правильное намерение.

Далее нужно продумать, какие визуальные средства (одежда, прическа, макияж) помогут донести до другого человека необходимое послание? Как по голосу, по речи можно будет понять, что человек - тот, кем он хочет казаться? Как по его жестам, движениям можно это понять? Как по тому, что он делает в жизни, можно это понять?

- Можно попробовать определить, что может помочь человеку в самопрезентации, на что можно опираться. Это могут быть сильные стороны, профессиональные знания и умения, черты характера, знание своих прав (например, право не доказывать свое великолепие, право отказывать и право соглашаться, право брать паузу, право не отвечать на какие-то вопросы и т. д.).
- Особое внимание стоит уделить возможным трудностям. Важно понимать, с чем потенциально можно столкнуться, подготовиться к такому развитию событий и придумать заранее вариант выхода из затруднения.

Какие трудности могут ждать делового человека на собеседовании? Например, может попасться критичный или скептичный сотрудник кадровой службы, который будет подвергать сомнению опыт и способности аппликата.

Важно представить себе эту ситуацию, предположить, какие чувства будет испытывать человек, если его начнут критиковать или сомневаться в его профессионализме. Дать себе испытать их, не оценивая себя.

- Будет полезно представить возражения, с которыми есть вероятность столкнуться. Выписать их на лист бумаги и придумать к каждому возражению ответ.

Все перечисленные выше рекомендации следует учитывать и выполнять непосредственно незадолго до самопрезентации. Необходимо также указать над какими аспектами своей личности необходимо работать человеку, для того, чтобы достичь успехов в деловой самопрезентации не через корректировку своих действий, а через целевой - мотивационный уровень. В данном случае необходимо обратиться к принципам имиджирования:

Основные принципы имиджирования:

Принцип самовоспитания и самосовершенствования.

Усовершенствовать свой образ, представляемый окружающим, можно только через понимание самого себя. Надо определить, кто и какой(какая) вы есть для самого себя и в глазах других, затем выяснить, каким(какой) вы хотите быть и казаться, поставить себе цель и стремиться к ее достижению, изменяясь и внешне, и внутренне.

Принцип гармонии визуального образа.

Гармония визуального образа — это прежде всего согласованность, стройность в сочетании пропорций лица и тела, цветового типа личности и типа силуэта. Чтобы нравиться, человеку не обязательно соответствовать классическим канонам красоты. Он должен быть интересен и привлекателен со всеми индивидуальными особенностями своей внешности, создающими общую гармонию. Внешний облик не обязательно отражает внутреннее содержание. Он, скорее, что-то показывает, а что-то, наоборот, скрывает. Создать имидж, противоположный внутренней сущности, практически невозможно, а постоянно поддерживать его — тем более. Вместе с тем, когда человек начинаете презентовать такие качества, которые ему не свойственны (например, аккуратность и пунктуальность), то психологический закон соответствия внешнего и внутреннего будет способствовать тому, что он начнет изменяться. Он не обязательно станет аккуратным, но приблизится к этому качеству, если оно для него желаемо.

Принцип коммуникативного и речевого воздействия. В процессе коммуникации происходит передача и восприятие информации различного типа: эмоции, настроения, сведения и т.д. Эффективность данного принципа состоит в профессиональном использовании приемов убеждения, внушения и подражания. Важно владеть различными приемами речевого воздействия и уметь распознавать их у других.

Принцип саморегуляции. Организм человека обладает своеобразным, инстинктивным разумом, благодаря которому человек выживает. Подключение сознания приводит к тому, что человек начинает жить, оптимально адаптируясь к среде и реализуя себя. Имидж, т.е. визуальный образ себя, пущенный «на самотек», скорее всего развалится, так как презентация определенного образа требует ряда усилий. Саморегуляция или управление собой заключается в том, чтобы постоянно анализировать свои потребности и сопоставлять их с возможностями, оптимизируя желания и усилия по их достижению.[6]

Если человек испытывает тревогу перед началом интервью, он должен попытаться привести себя в более-менее устойчивое равновесие. Это крайне необходимо, чтобы сохранить силы и нервы. Страх ни в коем случае не должен стать угнетающим. Ведь постоянная тревога вносит в нашу жизнь различного рода ограничения, вызывает чувство подавленности, разрушает веру в себя.

И еще один совет**:** не относиться слишком серьезно к возможным неудачам. Они неизбежны. Остается воспринимать их как данность. Среднестатистическое соотношение неудачных и удачных собеседований составляет 20 к 1 (под удачным понимается такое собеседование, после которого интервьюируемому предложат работу). К этому нужно относиться абсолютно нормально. Подготовить себя к тому, что из 20 посещенных интервью будет только одно удачное. И чем быстрее наберется 20 отказов, тем скорее соискатель доберется до своего успеха.

Один из лучших способов снизить волнение, например, перед собеседованием — хорошенько подготовиться. Разузнать подробнее о компании, в которую соискатель собирается устраиваться. Провести пару тренировочных занятий с друзьями. Заранее подготовить ответы на наиболее вероятные вопросы.

Нужно помнить про старую истину, что лучший экспромт — это заранее подготовленный экспромт. Собираясь на собеседование, ни в коем случае нельзя рассчитывать на «авось». В то же время список вопросов, наиболее часто встречающихся на собеседовании, не так велик. Совсем не трудно заранее подготовить ответы на них, чтобы во время интервью чувствовать себя спокойно и уверенно.

В данном подпункте были рассмотрены разнообразные варианты подготовки к самопрезентации в деловой среде, как на целевом, так и на других уровнях. Далее следует перейти непосредственно к анализу тактик самопрезентации делового человека.

Тактики проведения самопрезентации

К основным тактикам самопрезентации можно отнести самоописания через личностные и социо-ролевые характеристики, через действия и увлечения, а также через истории о своей жизни (нарративы).

1. Тактики самопрезентации и. Джонса и т. Питтмана

Исследователи И. Джонс и Т. Питтман *[Jones, Pittman, 1982]* понимают под самоподачей (самопрезентацией) поведенческую реализацию стремления к власти в межличностных отношениях. [7]Они выделяютпять видов власти и предлагают соответственно пять тактик ее достижения. Тактики самопрезентации по Джонсу и Питтману, цели их реализации и виды власти сведены в табл. 1.

Таблица 1. Техники самопрезентации по И. Джонсу и Т. Питтману

Стратегия	**Техника**	**Цель**
Старание понравиться*(ingratiating)*	Выражать согласие. Льстить. Оказывать благосклонность	Казаться привлекательным *(власть обаяния)*
Самопродвижение, самореклама *(self-promotion)*	Хвастать. Демонстрировать знания. Демонстрировать умения.	Казаться компетентным *(власть эксперта)*
Запугивание *(intimidation)*	Выдвигать требования. Угрожать неприятностями.	Казаться опасным *(власть страха)*
Пояснение примером*(exemplification)*	Хвастать. Демонстрировать свои достоинства.	Казаться достойным подражания *(власть наставника)*
Мольба *(supplication)*	Умолять. Демонстрировать слабость и зависимость	Казаться слабым *(власть сострадания)*

Первая тактика самопрезентации называется **«старание понравиться»***(ingratiating).* Старание понравиться — попытка представить себя привлекательным в глазах других. По мнению авторов, тот, кто старается понравиться, должен скрывать реальную цель своей активности, или он достигнет обратного эффекта. Выделяются несколько основных способов, которыми человек может пытаться достигнуть цели выглядеть желаемым для других:

- Первый путь — просто соглашаться с тем, что думает и утверждает объект.
- Второй путь — похвалить достоинства и личность объекта.
- Третий путь — оказывать благосклонность человеку, которому необходимо понравиться.

Но, как отмечают авторы, эти тактики требуют тонкости. Если их использовать необдуманно, они выдают намерения субъекта. Кроме того, они могут вызвать дополнительные проблемы. Объекта, которому необходимо понравиться, обмануть легче, чем наблюдателей, так как люди, как правило, позитивно относятся к себе и своим суждениям. Люди верят, что их мнения верны, они не очень подозрительны к тем, кто согласен с ними. Но это не относится к сторонним наблюдателям, обладающим своими наборами суждений.

Поэтому человек, стремящийся понравиться, может повышать свою позицию в глазах объекта и в то же самое время снижать свои позиции в глазах наблюдателей.

Самопродвижение *(self-promotion)* является другой тактикой самопрезентации, несколько похожей на предыдущую. Но если старание понравиться — попытка выглядеть привлекательным, то человек, продвигающий себя, пытается выглядеть компетентным. Например, претендент на вакантную позицию может избрать путь демонстрации своей привлекательности, а может показывать свою компетентность. Старание понравиться — это тактика, цель которой — вызвать симпатию, в то время как самопродвижение имеет своей целью получение уважения со стороны других людей. Наиболее эффективный способ самопродвижения — демонстрация своих знаний и умений.

Третья тактика получения власти, по И. Джонсу и Т. Питтману, — это **запугивание** *(intimidation)*. Запугивающий должен постараться убедить объект в том, что он потенциально опасен, т.е. может и будет причиной неприятностей, если объект откажется делать то, что от него требуют. Это также опасная стратегия. Во-первых, запугивающий может выглядеть грубым. Во-вторых, людям не нравятся те, кто их запугивает, и они общаются с ними, имея на то серьезные причины.

Четвертая тактика достижения межличностного влияния — **пояснение примером** *(exemplification)*. Избравший эту стратегию должен убедить объект, что он может служить примером, скажем, честности или моральных достоинств. Таким образом, являющийся примером занимается, в каком-то смысле, самопродвижением. Однако продвигающий себя демонстрирует компетентность, в то время как поясняющий примером демонстрирует значимость своей личности. Эта стратегия также опасна. Служащий примером рискует, что объекту откроется: на самом деле он не представляет из себя то, что пытается продемонстрировать.

Пятая тактика— **мольба** *(supplication)*, демонстрация слабости и зависимости. Мольба работает, по мнению авторов, потому, что в западной культуре широко распространена норма — заботится о нуждающемся человеке. Но мольба также не всегда гарантирует успеха, кроме того, слабость не всегда привлекательна.

Тактика, имеющая отношение к мольбе, направленная на привлечение внимания, называется **самозатруднение** *(self-handicapping)*. Считается, что человек старается избегать помехи и затруднения. Но есть обстоятельства, когда он может искать их. Например, если ему предстоит быть оцененным при решении некого задания и он не уверен, что в состоянии выполнить его хорошо.

Самозатруднение имеет два преимущества:

1. если человек провалится, это обеспечит ему оправдание.
2. если человек выиграет, это увеличит его успех.

Некоторые люди сами создают себе помехи по разным причинам. Люди с высокой самооценкой могут увеличивать свои достижения, в то время как люди с низкой самооценкой могут использовать эту тактику, чтобы оградить себя от поражений.

Если интерес состоит в том, чтобы **произвести впечатление** на других, тогда необходимо **создать видимость наличия помех**. Это часто можно наблюдать, когда перед выполнением какого-либо действия человек объявляет о том, что он неважно себя чувствует, что, несомненно, помешает ему успешно справиться со своей задачей. Но если интерес не в том, чтобы убедить других, а в том, чтобы убедить себя, тогда необходимо действительно иметь помеху. Таким образом,*самозатруднение*:

- повышает ценность успеха;
- уменьшает цену поражения.

Техники управления впечатлением Роберта Чалдини

Р. Чалдини предложил две непрямые тактики управления впечатлением.[8]Первая называется —**наслаждаться отраженной славой** *(basking in reflected glory)*. Суть ее заключается в использовании чужого успеха в целях своей самопрезентации. При этом необходимо проработать два момента:

- Во-первых, правильно выбрать объект, популярность которого может оказать влияние на значимую аудиторию.
- Во-вторых, правильно обозначить свое отношение к этому объекту. Для этого, по мнению Р. Чалдини, возможно, что более эффективным окажется не прямое декларирование, а косвенные указания, например использование знаков социальной символики.

Вторая тактика была названа Р. Чалдини кратко — **вредить** *(blasting)*. Она заключается в намеренном преувеличении недостатков чего-либо или кого-либо для повышения собственного статуса в глазах окружающих. Несмотря на то что это опасная техника, как показали эксперименты, она достаточно часто используется.

3. Техники самоподачи по г.В. Бороздиной

Самоподача, по мнению Г.В. Бороздиной, заключается в искусстве целенаправленного привлечения внимания реципиента к тем (намеренно созданным) особенностям своего внешнего облика, которые запускают механизмы социального восприятия партнера. [9]Эти механизмы социального восприятия служат основой классификации техник самоподачи.

1. *Самоподача превосходства* — это выделение, акцентирование внешних признаков превосходства в одежде, манере речи, поведении.
2. *Самоподача привлекательности* — это работа, затраченная на приведение одежды в соответствие с внешними данными.
3. *Самоподача отношения* — демонстрация партнеру своего отношения к нему вербальными и невербальными средствами.
4. *Самоподача состояния и причин поведения* — это привлечение внимания к той причине собственных действий, которая кажется субъекту наиболее приемлемой.

В процессе общения мы используем различные тактики и стратегии самопрезентации, которые носят как вербальный, так и невербальный характер. Попытки разработать классификацию тактик самопрезентации делались различными исследователями неоднократно. Итак, все приведенные в этом разделе стратегии и техники самопрезентации можно разделить на две группы по предлагаемому способу организации поведения:

1. выбор в социальном контексте образа самопрезентации и воплощение его на основе житейского опыта;
2. поиск признаков успешной для данного случая самопрезентации, их отработка и привнесение в собственное поведение.

В данном подпункте были рассмотрены те из них, которые наиболее часто встречаются и применяются в деловой сфере.

Далее необходимо перейти на самую низшую ступень анализа самопрезентации – к рассмотрению техник и их практического применения в бизнес-сфере.

3.Практические примеры искусства самопрезентации

3.1 Самопрезентация на собеседовании при трудоустройстве

Теперь рассмотрим, как влияют различные факторы на создание образа делового человека, из чего состоит умение «подать себя». Психологические эксперименты показали, что 50%

устойчивого мнения о человеке формируется в течение первой минуты общения. Изучение бесед при приеме на работу несколько дополнило этот вывод.

Так, установлено, что как бы долго не длилась беседа, положительное или отрицательное мнение о кандидате складывается в течение первых 3-4 минут разговора. После этого интервьюер задает вопросы в зависимости от сложившегося мнения**:** при положительном — позволяющие человеку раскрыться с лучшей стороны, при отрицательном — «на засыпку». То есть интервьюер сознательно или неосознанно создает условия, чтобы его первоначальное мнение было подкреплено последующими фактами. Все это свидетельствует об исключительной важности благоприятного первого впечатления.

На создание впечатления о интервьюируемом влияют не только его слова, но и то, как он их произносит. Многие кандидаты даже не догадываются, как много информации о них можно узнать по невербальным сигналам**:** мимике, позе, движениям конечностей. По манере поведения специалист может выяснить очень много о личности и о ее приспособленности к жизни.

При подготовке к интервью психолог Э. Сэмпсон советует **проверить собственный язык тела.** [10]Нужно внимательно проанализируйте следующие особенности своего поведения:

- Как Вы используете свою улыбку?
- Стоите (или сидите) ли Вы прямо?
- Есть ли у Вас зрительный контакт с собеседником?
- Не выглядите ли Вы нервным?
- Как Вы используете свои руки?
- Как Вы входите в комнату?
- Является ли Ваше рукопожатие сильным и деловым?
- Стоите ли Вы слишком близко или слишком далеко к людям, когда говорите с ними?
- Дотрагиваетесь ли Вы к человеку, когда говорите с ним?

Далее приведен перечень отрицательных и положительных сигналов, влияющих на формирование впечатления о соискателе:

Положительные сигналы

1. Сидит (стоит) прямо, немного подавшись вперед, с выражением настоящего интереса.
2. Во время разговора спокойно и уверенно смотрит на говорящего.
3. Фиксирует на бумаге ключевые моменты беседы.
4. Имеет место «открытая поза»**:** руки на столе, ладони вытянуты вперед.
5. Использует «открытые жесты»**:** руки открыты или подняты вверх.
6. Улыбается и шутит, чтобы снизить напряжение.

Отрицательные сигналы.

1. Ерзает на стуле.
2. Смотрит не на говорящего, а разглядывает потолок или вывески за окном.
3. Чертит бессмысленные линии.
4. Отворачивается от собеседника и избегает встречаться с ним взглядом.
5. Скрещивает руки на груди и закладывает ногу за ногу (защитная поза).
6. Использует закрытые, угрожающие жесты, например, машет указательным пальцем, чтобы отстоять свое мнение.
7. Сидит с безучастным видом, ворчит или скептично ухмыляется.

Существует такое понятие как «корпоративная культура». Она выражается, в частности, и в том, что служащие банка и, например, танцоры одеваются совершенно по-разному. Если стиль одежды соискателя не будет соответствовать принятому в данной организации, он

моментально будет классифицирован как «чужак», не соответствующий нормам корпоративного поведения и не разделяющий их ценности. А чужак всегда потенциально опасен. Дело в том, что деление на «свой-чужой» очень глубоко сидит в людях. Недаром на языке многих туземных племен и сегодня понятия «чужой» и «враг» обозначаются одним и тем же словом. Поэтому необходимо постараться максимально соответствовать корпоративному стилю, который принят в данной организации.

Бывает так, что материальное положение не позволяет человеку выглядеть так, как хотелось бы. В таком случае можно сделать основную ставку на скромность и опрятность. Это приветствуется абсолютным большинством работодателей. Аккуратность в одежде у них очень часто ассоциируется с опрятностью в делах.

Гораздо большее внимание следует уделить обуви. Вопреки распространенным стереотипам, именно по обуви (а не по одежде), интервьюеры делают далеко идущие выводы и предположения относительно кандидата.

Отдельные детали во внешнем облике человека могут значительно воздействовать на формирование первого впечатления. Человек, носящий очки, окружающим представляется более интеллигентным, трудолюбивым, надежным и в то же время в меньшей степени наделенным чувством юмора, чем он же, но без очков. Положительное воздействие очков широко используется в деловом мире, где многие деловые люди носят очки без диоптрий (и без затемнения) только для того, чтобы произвести лучшее впечатление. Из украшений рекомендуется носить только обручальное кольцо.

Практические советы по самопрезентации:

1. Здороваясь, нужно непременно внимательно посмотреть в глаза человеку. Чем более персонифицировано, чем менее избито приветствие, тем лучше оно воспринимается. В частности, никогда не стоит упускать возможности лишний раз назвать человека по имени. По рукопожатию складывается первое впечатление о человеке. Слишком короткое с очень сухой ладонью свидетельствует о безразличии. Слишком влажная ладонь указывает на нервозность, сильное волнение. Сопровождающееся широкой улыбкой рукопожатие, чуть более продолжительное, чем обычно, — проявление дружеского расположения. Однако чрезмерное задерживание руки партнера в своей воспринимается как назойливость.
2. Ключом к превращению предложений, которые просто описывают деятельность, в предложения, которые создают впечатление о конкретных достижениях, является правильный выбор глаголов. Существует форма глагола, вызывающая у слушателя представление о вполне реальных результатах. Например, *выполнил, разработал, увеличил, инициировал, создал, сделал* и т.п. Это глаголы совершенного вида. Другие же глаголы и словосочетания с глаголами являются более неопределенными по отношению к результату деятельности. Такие глаголы, как *работал, отвечал, участвовал*, дают представление скорее о выполняемых функциях, чем о достигнутых результатах. Такие глаголы являются глаголами несовершенного вида. Использование совершенных глаголов позволяет кандидату создавать иллюзию конкретных успехов при выполнении какой-либо работы.
3. Интервьюеры, имеющие хорошую психологическую подготовку, будут стремится выяснить локус контроля соискателя. Локус контроля бывает внешним и внутренним. Человек с внешним локусом контроля склонен приписывать ответственность за результаты своей деятельности внешним силам, человек с внутренним — собственным способностям и усилиям. На практике локус проверяется такими вопросами: «Как вы планируете свою работу?», «По каким признакам Вы оцениваете качество выполненной работы? и т.п. Специалист со внутренним локусом обычно отвечает: «Я приду, проверю, изучу и т. д». Он всегда указывает, что он лично спланировал, с кем договорился, чего не принял во внимание и т. д. То есть всегда присутствуют местоимение «Я» и активный глагол «делаю». А человек с внешним

локусом будет рассуждать о влиянии тех или иных факторов на результат работы. Оценку своей деятельности он будет искать во внешних проявлениях (погода испортилась, поставщики товар вовремя не завезли и т.п.). Соискатель с ярко выраженной внутренним локусом — отличный управленец. Он способен брать на себя ответственность за свои действия, сам может ставить себе задачи и выполнять их. А кандидат с внутренним локусом, наоборот — является хорошим исполнителем. Он не может работать длительное время в условиях постоянной нестабильности. Зато он может быть блестящим аналитиком, экспертом. Но на руководящую должность, которая требует быстрых конкретных решений и действий, такого специалиста не возьмут. В зависимости от должности, на которую человек претендует, он во время собеседования обязательно должен анализировать и корректировать свою речь в соответствии с вышеизложенными принципами.

4. Создает впечатление уверенности в себе и правильная осанка, которая делает любого человека стройнее. Наоборот, плохая осанка производит впечатление расхлябанности, несобранности и неуверенности. Чтобы создать о себе благоприятное впечатление, осанка должна быть не одеревенелая, а легкая, пружинистая и всегда прямая. Голова при этом слегка приподнята, плечи расправлены.
5. В деловых разговорах вообще и на собеседовании в частности следует избегать использовать американизмы типа «вау», «о`кей», «йес», «ноу проблем» и т.д. В России многим деловым людям эта привычка не нравится, они видят в этом низкопоклонство перед Америкой. Кстати, отдельные слова из другого языка обычно употребляют люди, плохо говорящие на нем. Те, кто в совершенстве знает иностранный язык (переводчики, топ-менеджеры, дипломаты и т.д.), никогда не вставляют слова из одного языка в другой. Поэтому наличие (отсутствие) иностранных слов-паразитов свидетельствует об уровне деловой культуры и степени владения иностранным языком.

В первую очередь очень важно, чтобы стратегия всех ответов была как можно более сконцентрирована на самой работе, которую ищет соискатель, и на его возможностях справиться с нею, и тогда неважно, с какими вопросами ему придется столкнуться на собеседовании. Но отвечая на них, необходимо постараться не приукрашивать чересчур своих достоинств, разглагольствуя в хвастливой манере. Важно соблюсти меру.

Если человека спрашивают о его сильных сторонах, нужно говорить о том, что имеет непосредственное отношение к предполагаемой работе. Если спрашивают о слабостях, упоминать только те недостатки, которые являются продолжением его достоинств, опять же связанных с работой. К примеру: «Я привык (ла) усердно работать, меня беспокоит, что я уж очень много внимания уделяю деталям в процессе работы» и т.п.

Если рекрутер спрашивает о том, с чем соискателю не удавалось справиться в прошлом, или о какой-то особо неприятном эпизоде его биографии (увольнение, неудачи в учебе), нужно быть готовым показать, какой урок из всего этого был извлечен. Рассказать, что этот урок пошел впрок, что человек научился преодолевать преграды на своем пути и собственные недостатки, что сегодня он чувствует себя готовым к более сложной работе.

При подготовке ответов соискателю обязательно обратить внимание на манеру своей речи. Он должен говорить спокойно и уверенно — как опытный специалист, знающий себе цену. Нерешительного человека можно узнать по его неуверенным высказываниям, изобилующими эвфемизмами, «смягчающими» речь: «достичь определенных успехов» вместо «стал лидером», «не очень рад» вместо «разозлился» и т.д. Создают впечатление неуверенности и т.н. квалификаторы — «как бы», «всего лишь», «немного», «судя по всему». О говорящем так кандидате создается впечатление как о слабом человеке, непригодном для серьезной и ответственной работы.

Понижают впечатление также самоуничижительные высказывания: «я не оратор», «я еще малоопытный специалист», «я — человек новый».

Если некая практика на возможность проверить себя на предмет того, как личность умеет преподносить себя. Можно записать свою «самопрезентацию», а затем прослушать запись. Обычно даже самые сильные топ-менеджеры при прослушивании своих самопрезентаций досадливо морщат лоб. Таким образом при необходимости будет возможность подкорректировать свою речь в сторону большей решительности и определенности.

Умение производить благоприятное впечатление на собеседника является одной из составляющих успеха на профессиональном поприще. И особенно актуально владеть этими навыками, когда человек отправляется на собеседование с работодателем. Если человек владеет искусством самопрезентации и умеет выгодно представить себя на собеседовании, ему гораздо проще найти хорошую работу. В этой ситуации необходимо не только преодолеть страх и волнение, но и суметь максимально выгодно представить свою кандидатуру. Вторым примером самопрезентации в деловой сфере может быть рассмотрена тактика самопрезентации при знакомством с новым коллективом.

1. Учебная дисциплина. САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ И ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 2. Публичное выступление как разновидность самопрезентации

Тема 2.1. Основные признаки и принципы подготовки публичного выступления

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие публичного выступления. Условия успешности публичного выступления. Основные признаки публичной речи. Базовые элементы публичного выступления	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 2.1. Основные признаки и принципы подготовки публичного выступления

Основные принципы подготовки и проведения эффективных публичных выступлений

Речь – это основной текст, на котором строится пропаганда. Она должна состоять из нескольких частей, рассчитанных примерно на 5, 15, 30 минут каждая. Скелетом речи должны стать 1–1,5 странички квинтэссенции речи (тезисы), которые могут быть розданы аудитории еще до публичного выступления,

Умение выступать с политическими речами перед аудиторией, будь то с трибуны или экрана телевизора, – важнейшее качество любого агитатора. Не все знаменитые политики были Цицеронами. Хотя существует широко распространенное мнение о том, что умение выступать – дар природы, практика показывает, что, приобретя определенные навыки и используя общепринятые приемы красноречия, любой человек может овладеть вниманием аудитории и достаточно ясно и интересно изложить свои мысли.

Любое публичное выступление требует предварительной подготовки. Перед выходом к большой аудитории необходимо **иметь** план своего выступления или **краткий** конспект с основными тезисами. Задача плана – **сделать речь** стройной, логически связанной и последовательной. Однако делать это надо не дома за завтраком и не в машине по **дороге на** встречу с аудиторией.

Опыт показывает, **что на** каждую минуту выступления приходится в среднем 20–25 минут подготовки, которые мы тратим на определение **темы,** сбор, анализ и обобщение материала. При выборе темы **выступления** надо **учитывать** его цель, а это позволит определить содержание, объем, оформление материала и т.д. Нелишне заметить, что при подготовке плана выступления следует учитывать состав аудитории.

Желательно начинать свое выступление медленно и негромко. Вступление необходимо для установления контакта с аудиторией и подготовки слушателей к восприятию темы.

Практические материалы по ораторскому искусству предлагают много разных вариантов ***начала выступления. Вот некоторые из них:***

•раскройте тему вашего выступления;

•выделите вначале какую-нибудь одну сторону этой **темы;**

•дайте историческую справку;

•используйте в качестве отправного пункта какое-нибудь событие.

«Солидное начало», подразумевающее набор официальных фраз, лишь отбивает охоту слушать дальше.

Основное содержание вступления **– введение в тему. Вступлению отводится 5–10% времени. В нем говорится о проблеме, которой посвящено выступление, может прозвучать задача выступления, даются определения понятий, иногда сообщается план предстоящего разговора и т.д.**

Первые слова лектора должны быть чрезвычайно просты, доступны, понятны и интересны (должны отвлечь, зацепить внимание). **Причем произносить их надо не в пустоту, а глядя на какого-нибудь симпатичного вам слушателя. Как только вы увидите его ответный, доброжелательный взгляд, нужно перевести свой взгляд на другого человека и установить контакт с ним. Атмосфера в зале потеплеет. Начало взаимоотношениям положено!**

Далее по ходу развития **темы** речь должна все чаще перемежаться эмоциональными голосовыми всплесками, так как на слушателей обычно сильнее воздействует последовательность в интонации, чем последовательность в мыслях.

Скользя взглядом словно лучом прожектора по залу и выхватывая время от времени то одно, то другое **лицо,** желательно на 1–2 минуты задержать на нем взгляд и улыбнуться слушателю. Дело в том, что подобная провоцирующая улыбка – прекрасное средство для вызова симпатий: вы улыбнулись – вам улыбнулись в ответ. **Контакт** налажен.

Эффективность выступления можно усилить хорошо отработанной жестикуляцией, которая способствует выделению ключевых моментов. Желательно (если есть **такая** возможность) перемещаться по залу или перед аудиторией - это также способствует налаживанию контактов со слушателями.

Специалисты рекомендуют для профессионального удержания симпатии зала через каждые 5–7 минут вкраплять в свое выступление какую-нибудь цитату, притчу, анекдот.

Выступая, не «гуляйте», потому что слушатели начнут вас разглядывать, а не слушать. Помните, что главным психологическим фактором, который оказывает активное воздействие на слушателей, являетесь вы, и слушатели оценивают, как вы одеты, как держитесь перед аудиторией, как вы говорите, знаете ли вы то, о чем говорите.

Смотрите на аудиторию. Не останавливайте взгляда на отдельных лицах, это может вызвать у них неприятное чувство. Рекомендуется смотреть на отдельные группы слушателей. Это привлечет их внимание и вызовет к вам расположение.

Помните о выразительности речи. Выразительная речь способна передать огромную массу речевых оттенков. Обратите внимание на словарь. Иногда бывает достаточно двух-трех речевых ошибок, чтобы составить мнение об уровне развития выступающего, особенно опасны в этом отношении неправильные ударения, которые сразу представляют человека в невыгодном свете.

Как завоевать внимание аудитории? Для этого **есть** два пути: **логический – через** факты, доводы, **рассуждения и психологический –** ведущий прямо к чувствам.
Можно **пользоваться** любым, но при этом учитывать состав аудитории. Надо **уметь с** первых же слов посадить слушателей **на** «крючок интереса».

Некоторые пути достижения этой цели:

•интересные отступления от текста;

•умелые сравнения;

•вопросы к слушателям (на них сам и отвечаешь), которые подогревают их любознательность, втягивают в круг развиваемых вами идей;

•психологическая пауза – простой и проверенный способ сосредоточить внимание слушателей на какой-то мысли, подготовить их к восприятию очередного материала, подчеркнуть неожиданность выводов, обобщить изложенное;

•использование «эффекта умолчания» с учетом того, что недосказанное привлекает внимание больше, чем высказанное до конца;

•юмор, шутка, острое слово.

Не забывайте о прямой связи между голосом и жестом. По мнению некоторых исследователей, жест в выступлении несет около 40% информации. Выразительный жест понятен без слов.

Меняйте темп речи, подчеркивайте важные мысли с помощью их повторения, перефразирования. Не развивайте подробно второстепенные мысли.

Материалы вашего выступления должны содержать факты не только новые, но и характерные, интересные, типичные и волнующие всех. Справочный и цифровой материал лучше зачитывать, а не воспроизводить по **памяти.** У слушателей не возникнет сомнений в его достоверности.

Если слушатель воспользовался правом **задать** вопрос для того, чтобы высказаться, желательно, спокойно выслушав его, сказать примерно следующее: «Спасибо за ценное дополнение».

Ответы на вопросы слушателей – это серьезное испытание, которое может иногда свести на нет даже самое удачное выступление. Как успешно пройти эту «опасную зону»?

Методики по ораторскому искусству дают следующие советы:

•не торопитесь с ответом, сначала убедитесь, что вы правильно поняли вопрос;

•будьте готовы к любым возражениям и замечаниям со стороны **тех,** кто **с вами** не согласен, а такие всегда найдутся;

•имейте под рукой справочный материал для тех, кто хочет получить более подробное обоснование ваших предложений;

•не показывайте своего раздражения, когда вам задают вопрос о том, что вы уже отметили в своем выступлении; здесь может быть ваша вина, если вас не поняли;

•не давайте непродуманных, необоснованных или сомнительных ответов, чтобы не жалеть об этом после;

•отвечайте на вопросы лаконично, ясно и по существу, нет необходимости повторять речь еще раз;

•делайте комплименты спрашивающим и говорите им, что вы рады возможности коснуться этого вопроса или темы.

Чтобы правильно реагировать на поставленный вопрос, необходимо уяснить его суть. Если вопрос сформулирован неясно, многословно, его желательно переформулировать и повторить вслух, предварительно уточнив: «Вы хотите узнать...». Если вопрос задан четко, но тихо, его необходимо повторить для всех.

Существуют ***«невинные вопросы»,*** цель которых ввести выступающего в замешательство и заставить его сделать заявление, которое ему делать не следует. На такие вопросы обычно отвечают: «Извините, но я не намерен делать подобных заявлений». Можно предложить поговорить об этом позже в индивидуальном порядке.

Большие трудности вызывает **заключение,** ***которое часто бывает камнем преткновения.***

Вот несколько советов по этому поводу.

•подведите краткие **итоги** своего выступления;

•сделайте эмоциональный призыв к конкретным действиям;

•задайте аудитории вопрос-ситуацию, который она, по вашему мнению, должна **решить и т.д.**

Следует помнить, что заключение (занимающее примерно 5% времени) придает повествованию завершенность. В нем делается обобщение сказанного, формулируются частные и общие выводы. «***Конец – разрешение всей речи...*** конец должен быть таким, чтобы слушатели почувствовали (не только в тоне лектора, это обязательно), что дальше говорить нечего».

Следует подчеркнуть, что в процессе общения с аудиторией выступающий получает желательные для него оценки далеко не всегда. Причин этому много:

•**во-первых,** то, **что** проговаривается, нередко противоречит мимике и жестам выступающего. А ведь люди судят не по словам, а по тому, как они были **сказаны;**

•**во-вторых,** одни и те же слова у **разных** людей могут означать нечто различное, и никому «не дано предугадать, как слово наше отзовется»;

•**в-третьих,** выступающий зачастую не знает своих слушателей, не посвящен в их внутренний мир. Когда человек судит о людях по себе, то есть проецирует **свои** мысли и чувства, он часто ошибается. Важно понять, перед какой аудиторией вы выступаете: враждебной, нейтральной или дружественной;

•**в-четвертых,** сами лекторы **могут** быть «антиинформативными», если то, что они говорят, активно отвергают слушатели. Часто отрицательное отношение к информации переносят на ее носителя.

Рассмотрим типичные причины **неудач** публичных выступлений и детально разъясним, что надлежит делать для их устранения:

•**неправильный выбор слов:** одно и то же слово может иметь множество значений. Некоторые из них отражают совершенно различные ситуации, поэтому следует быть чрезвычайно внимательным в построении фразы и выборе слов;

•**ошибки в структуре выступления:** выступление должно вести слушателя от внимания к интересу, от интереса к основным положениям, от основных положений к возражениям и вопросам, от возражений и вопросов к заключению, от заключения к призыву действовать. Заключение, поставленное в начале сообщения, помогает иногда привлечь внимание к последующему, однако все равно в конце сообщения должны быть выводы;

•**стиль изложения:** всегда стремитесь к максимальной простоте изложения. Составляя его даже для самого высокообразованного и проницательного слушателя, лучше пользоваться словами повседневной речи;

• **слабая убедительность:** пока слушатель не поверит вашим словам, выступление не даст желаемого эффекта. Однако доверие обусловлено достоверностью всех других известных ему ваших выступлений. Если хотя бы в одном были ложные или искаженные факты, этого достаточно, чтобы разрушить доверие к предшествующим выступлениям, а также и ко всем будущим.

Если вам удалось установить контакт с аудиторией, демонстрируя, что у вас с ней общие заботы; убедить аудиторию, что обсуждаемая проблема для слушателей важна, и что для ее решения требуется принять вашу позицию; подкрепить свою позицию с помощью фактов, иллюстраций, сравнений, примеров; навязать аудитории острое обсуждение по принципу «они против нас», то ваша политическая речь может считаться удачной.

1. Учебная дисциплина. САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ И ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 2. Публичное выступление как разновидность самопрезентации

Тема 2.2. Этапы работы оратора над речью

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Создание ключевых идей. Проработка целей выступления. Фиксация алгоритма выступления. Проработка вопросов и ответов со стороны аудитории	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 2.2. Этапы работы оратора над речью

В работах современных авторов рекомендуются следующие этапы подготовки к конкретному выступлению:

- выбор проблемы и темы выступления;

- определение целевой установки;

- подбор материалов;

- изучение и анализ отобранного материала;

- разработка плана выступления;

- работа над композицией;

- написание текста выступления;

- овладение материалами выступления.

Выбор проблемы и темы выступления – один из важнейших начальных этапов подготовки публичного выступления. Любое выступление должно быть направлено на разрешение какой-то проблемы. Проблема – это заслуживающая обсуждения мысль, идея, имеющая общественную значимость или значимая для той или иной группы людей. Тема – это сторона, аспект избранной для обсуждения проблемы. Например, проблема «Как улучшить благосостояние нашего народа». Тема выступления: «Может ли частное предпринимательство улучшить благосостояние народа».

Выбор проблемы и темы выступления не всегда зависит от воли оратора. Нередко проблему и тему выступления предлагают оратору организаторы мероприятия или диктуют сложившиеся обстоятельства. В этом случае оратор должен подумать о том, как конкретизировать предложенную тему, выделив в ней определенный круг вопросов для освещения.

Если же оратору дана возможность самостоятельного выбора проблемы и темы выступления, то рекомендуется учитывать следующие обстоятельства:

1) выбирать надо такие проблему и тему, которые соответствуют знаниям и интересам оратора;

2) выбранные проблема и тема должны соответствовать интересам аудитории. Зная характер аудитории, оратор должен учитывать, какие проблемы волнуют его слушателей в данный момент, что вызовет у них наибольший отклик.

Когда проблема и тема выбраны, то следует позаботиться об интересной, значимой формулировке темы. Удачная формулировка темы выступления положительным образом настраивает аудиторию, готовит ее к восприятию будущей речи.

Формулировка темы должна отвечать целому ряду требований:

1) тему необходимо формулировать ясно, четко и по возможности кратко. Длинные формулировки, включающие незнакомые слова и выражения, могут вызвать отрицательное отношение к предстоящему выступлению;

2) выбранная формулировка должна отражать содержание выступления;

3) эта формулировка также должна привлечь внимание слушателей, заинтересовать их.

Необходимым условием успешной подготовки является *точное определение цели выступления*. Эффективность речи определяется степенью реализаций ее **целевой установки**. Цель – это то, к чему стремится выступающий, какого результата от своего выступления он хотел достичь: поставить ли новую проблему; опровергнуть чужую точку зрения; настроить людей на определенную линию поведения и т. п. Так, в выше обозначенной нами теме выступления «Может ли частное предпринимательство улучшить благосостояние народа?» оратор может поставить такую цель: убедить людей заниматься частным предпринимательством. Или же эту тему можно раскрывать таким образом, чтобы убедить людей не мешать частным предпринимателям, а, наоборот, поддержать их усилия. Реализация этого призыва, например, актуальна для предпринимателей-фермеров, которые встречаются с негативным отношением к ним окружающего населения.

Подбор материалов для выступления. Содержание выступления, как отмечалось выше, играет важнейшую роль для его эффективности. Поэтому оратор должен приложить максимум усилий, чтобы собрать интересный и полезный для аудитории материал по выбранной теме. Откуда же оратор должен почерпнуть этот материал? Если это опытный оратор, оратор со стажем публичных выступлений, то он обращается к собственным знаниям и опыту, к своему архиву. Архив, как правило, содержит необходимую фактологическую базу для подготовки конкретного выступления. Новые же идеи, сведения, факты, примеры, иллюстрации для своей речи можно найти, обратившись к:

- официальным документам;

- справочной литературе (энциклопедиям, энциклопедическим словарям, словарям по различным отраслям знаний);

- научной и научно-популярной литературе;

- статьям из газет и журналов;

- материалам, помещенным в Интернете;

- передачам радио и телевидения;

- результатам социологических опросов;

- художественной литературе;

- личным контактам, беседам, интервью;

- размышлениям и наблюдениям.

6. Наиболее распространенной структурой устного публичного выступления считается трехчастная, включающая в себя следующие части: **вступление, основную часть** и **заключение**.

Цель вступления – заинтересовать аудиторию, привлечь внимание слушателей к теме выступления. Во вступлении оратор решает важную психологическую задачу – подготовить слушателей к восприятию данной темы. В связи с этим во вступлении, как правило, подчеркивается актуальность темы, ее значение для данной аудитории, формулируется цель выступления.

Во вступлении различают *зачин* и *завязку*. Цель зачина — подготовить аудиторию к восприятию, заставить слушать, привлечь внимание. Опытные ораторы используют в качестве зачина пословицы и поговорки, крылатые выражения, интересные примеры. Эффективным средством завоевания внимания слушателей являются вопросы. Они позволяют оратору втянуть аудиторию в мыслительную деятельность, активизируют слушателей. Завязка направлена на переход к изложению основной части выступления. В ней оратор стремится заинтриговать постановкой проблемы, показать актуальность обсуждаемого вопроса, познакомить аудиторию с пунктами плана.

Начинающему оратору следует иметь в виду, что каждое выступление требует своего особого начала. При этом необходимо учитывать и тему, и вид речи, и состав аудитории, и степень ее подготовленности, и эмоциональный настрой в данный момент самого оратора.

Наиболее ответственной является *основная часть* речи. В ней излагается основной материал, формулируются и доказываются содержательные положения, слушатели подводятся к необходимым выводам.

Структура основной части зависит от избранного оратором метода изложения материала. В ораторском искусстве традиционно используются следующие методы изложения материала:

- индуктивный

- дедуктивный

- аналогии

- концентрический

- ступенчатый

- исторический.

Индуктивный метод предполагает изложение материала от частного к общему. Выступающий начинает речь с конкретных случаев, фактов, а затем подводит слушателей к обобщенным выводам.

Дедуктивный метод, напротив, изложение материала от общего к частному. Оратор в начале речи выдвигает какие-то общие положения, а затем разъясняет их смысл на каких-то конкретных примерах, фактах.

Метод аналогии состоит в сопоставлении, проведении параллелей между различными явлениями, фактами, событиями. Обычно параллель проводится с тем, что хорошо известно слушателям. Это способствует лучшему пониманию излагаемого материала, помогает восприятию основных идей.

Концентрический метод – расположение материала вокруг главной проблемы, поднимаемой оратором. Выступающий переходит от общего рассмотрения центрального вопроса к более конкретному и углубленному его анализу.

Ступенчатый метод – последовательное изложение одного вопроса за другим. Рассмотрев какую-то подтему, оратор уже больше к ней не возвращается.

Исторический метод – это изложение материала в хронологической последовательности, описание и анализ изменений, которые произошли в данном явлении, предмете, лице с течением времени.

Каждый из методов изложения имеет свои сильные и слабые стороны. Выбор того или иного метода определяется коммуникативной ситуацией. Однако рекомендуется использование в одном и том же выступлении различных методов. Это позволяет сделать структуру основной части оригинальной и интересной для слушателей. Какими бы методами ни пользовался оратор, его речь должна быть аргументированной, доказательной, убедительной. Солидная аргументация – один из ключевых моментов эффективности публичной речи.

Завершающая часть выступления — *заключение* — в значительной мере определяет эффективность речи. Известно, что в процессе восприятия ораторской речи действует «закон края», т. е. лучше запоминается то, что излагается в начале и в конце сообщения. Поэтому в заключении рекомендуется повторить основную мысль, ради которой произносится речь, суммируются наиболее важные положения, делаются выводы, а также ставятся перед слушателем задачи, которые вытекают из содержания выступления. В связи с этим особое значение приобретают последние слова оратора, или как их называют на профессиональном уровне — *концовка*. Если первые слова оратора должны привлечь внимание слушателей, то последние слова — усилить эффект выступления: мобилизовать слушателей, воодушевить их, призвать к активной деятельности, к конкретным поступкам или определенной линии поведения.

7. Работа над **композицией текста** может происходить, что называется, «в уме». Оратор сосредоточенно составляет текст выступления в своем уме, не прибегая к записям. В каких-то ситуациях это единственная форма подготовки и овладения материалом. Однако если есть такая возможность, то всю подготовительную работу следует проводить в письменной форме — готовить полный письменный текст речи.

Процесс овладения этим текстом может свестись к простому *заучиванию*. В отдельных случаях это оправданно. Речь на митинге, любое приветствие на торжественном мероприятии, на банкете и т.д. не следует читать «по бумажке». Хотя и в этих случаях неточно сформулированная мысль, неудачная фраза, неправильное словоупотребление могут снизить эффективность речи и даже навредить оратору. Поэтому и в таких случаях речь лучше сначала написать, откорректировать, а потом заучить.

Короткую речь можно просто заучить, а длинный доклад, лекцию заучить трудно. В этом случае необходимо так подготовить текст, чтобы можно было *произносить речь, не читая текста, а только с «опорой на текст»*.

Процесс овладения текстом для такого выступления предполагает работу с ним по следующим стадиям:

1) Составить полный текст.

2) Осмыслить и пересказать его своими словами.

3) Разметить текст, подчеркнуть основные положения речи.

4) Пронумеровать основные вопросы.

5) Выделить фамилии, названия, статистические данные, начало и конец цитат, обозначить примеры и т. п.

Таким текстом легко пользоваться во время выступления. Достаточно опустить взгляд на страницу, чтобы восстановить ход изложения, найти нужный материал. Выступление с опорой на текст создает впечатление свободного владения материалом, дает возможность оратору уверенно общаться с аудиторией.

Приведем подробные **рекомендации по освоению текста публичного выступления**.

1. Начинать готовиться к выступлению, особенно если оно важное, лучше не накануне, а за несколько дней. Это позволит «вжиться» в тему, так что вам не придется специально запоминать, что, собственно, вы можете сказать по поводу данного предмета.

2. Речь нужно репетировать. Даже лучшие лекторы (И. П. Павлов, К. А. Тимирязев, многие профессора Московского университета) репетировали лекции перед зеркалом по несколько раз. Поскольку темп жизни современного человека иной, придется ограничиться хотя бы двумя-тремя репетициями.

3. Репетировать речь нельзя по «кускам», а нужно только как целое. Если вы начали говорить, не останавливайтесь, пока не кончите, даже если вам нужно что-то изменить или если вы что-то забыли. Менять последовательность изложения, дополнять или сокращать содержание вы будете при следующей репетиции. Такая тактика позволяет воспроизвести ситуацию реального выступления. Если запутались, не начинайте сначала, а ищите выход по ходу речи.

Хорошее впечатление от речи не пропадет, даже если вы что-то забудете. Упустив нечто важное, всегда можно ввести пропущенное в удобное место, сказав: «Чуть было не забыл, ... Вы еще спросите, ...» - добавить то, что нужно. Иногда проявление оратором такой человеческой и вполне объяснимой слабости, как забывчивость, даже используется в качестве специального ораторского приема, позволяющего, как это ни странно, вызвать симпатии аудитории к говорящему.

4. Готовясь к речи, вы можете составить «шпаргалку» — несколько небольших листков бумаги, которые удобно держать в руке. Они должны содержать необходимый фактический справочный материал: цифры, цитаты, примеры, доказательства. Не обязательно все запомнить – смотрите в «шпаргалку»!

5. Перед тем как репетировать речь, составьте план. Для короткого выступления это может быть просто перечень основных мыслей в нужном порядке, для более обстоятельного – развернутый общий план, отражающий завершенную форму будущей речи: вы должны заранее обдумать основные элементы структуры речи. Готовясь к большому выступлению, перед репетицией подготовьте и «шпаргалку».

6. Когда репетируете, представьте себе, если возможно, ситуацию будущей речи – аудиторию, помещение.

7. Репетируя, не старайтесь запоминать фразы, отдельные обороты. Здесь есть опасность: всякая заученность мешает эффекту живого общения с аудиторией; это неблагоприятно и для запоминания: ваша цель – запомнить идеи речи, а не форму, в которой они выражаются. Помните, что вы будете беседовать со слушателями, а не читать наизусть.

8. Естественно, что при каждой репетиции речь будет получаться по-разному. Это и хорошо. Репетируя, обращайтесь к написанному плану только в том случае, если забудете сам ход мысли.

9. На листке плана оставьте широкие поля – на них вы можете записать опорные (ключевые) слова: по опорному слову вы легко восстановите в памяти весь соответствующий раздел. На основной части листка напишите фактическую часть («шпаргалку») к данному разделу. После этого можете пойти на прогулку, захватив с собой подготовленные карточки. Произнесите речь «на ходу».

Центральную роль при произнесении речи играет установление контакта, овладение вниманием аудитории. Только наличие полного контакта обеспечивает успех публичного выступления, является необходимым условием для передачи информации, оказания желаемого воздействия на слушателей, закрепления у них определенных знаний и убеждений.

В заключение суммируем положение общей риторики, посвященные речевому поведению оратора:

1. «Слушателя надо уважать!» - советует риторика.

2. «Старайтесь не говорить о том, что вас не интересует», - рекомендует риторика.

3. «Уверенность, дружелюбие, искренность, объективность, увлеченность оратора – заразительны: они передаются слушателям», - обобщает риторика.

1. Учебная дисциплина. САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ И ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 3. Формирование имиджа как результат самопрезентации

Тема 3.1. Понятие и характеристики имиджа

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие и элементы имиджа. Характеристики имиджа. Функции имиджа. Субъекты имиджа. Виды имиджа. Персональный имидж	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 3.1. Понятие и характеристики имиджа

Сначала сформулируем определение. **Имидж – это цельный образ индивида или иного объекта, искусственно созданный в общественном сознании и сочетающий в себе как реальные черты, так и вымышленные.** Для создания имиджа могут использоваться средства массовой коммуникации, реклама, пиар, пропаганда и прочие инструменты.
Можно говорить об имидже конкретной личности, политического деятеля, коммерческой или некоммерческой организации, торговой марки, государства, нации, страны, мероприятия или любого другого объекта.

Слово «имидж» образовано от английского слова image, которое переводится как «изображение» или «образ». То есть, это некая «картинка», сформированная в общественном сознании.
Имидж имеет огромное значение для любой профессиональной и деловой деятельности, поскольку влияет на то, как индивида или организацию воспринимают потенциальные партнёры и клиенты.
Он зависит от множества внешних и внутренних факторов, которые в большинстве своём не являются статичными, а непрерывно меняются. **Процесс целенаправленного влияния на эти факторы с целью улучшения имиджа называется имиджированием.**
Авторами термина «имидж» считаются австрийский психолог Зигмунд Фрейд и американский социолог Кеннет Боулдинг (Болдинг). Сначала Фрейд использовал это слово для названия журнала, который он издавал, но тот не пользовался популярностью.

В 1960-х годах Боулдинг начал использовать данный термин в своих работах по социологии и экономике, вследствие чего он приобрёл популярность. **В русский язык слово «имидж» пришло в начале 1990-х, когда в стране осуществлялись масштабные постсоветские**

преобразования, и возник спрос на формирование профессиональной и деловой репутации.

Характеристики

Имидж индивида, организации или иного объекта обладает рядом особенностей и характеристик:

- **Он не может существовать изолированно и всегда является частью определённого набора**, в который входит несколько разных имиджей. Их количество может варьироваться. К примеру, у женщин их всегда больше, чем у мужчин. Также их количество зависит от возраста, образования и степени развитости личности, её стремления к самореализации;
- **Имидж подвержен «износу».** Положительный образ необходимо постоянно поддерживать и корректировать, иначе он постепенно «изнашивается», утрачивает свою адаптивность;
- **Формирование имиджа требует психологических навыков и способностей.** Индивиду для того, чтобы создавать себе положительный имидж, необходим социальный опыт, а также наличие базовых психологических способностей и умения выбирать удачные модели поведения, которые будут производить положительное впечатление на окружающих;
- **Имидж отражает различные аспекты межличностных отношений, группового и межгруппового взаимодействия.** Главным критерием является самоощущение. Если определённые особенности поведения в данной группе считаются предпочтительными, то это влияет на имидж положительно. При этом представления о положительных и отрицательных особенностях поведения являются относительно автономными в пределах группы.

Имидж представляет собой достаточно устойчивую стереотипную социальную установку, но в то же время со временем он меняется. В случаях, когда имидж формируется и корректируется целенаправленно, он обычно отражает интересы не только самого объекта, но и его окружения.

Отличие имиджа от образа

Несмотря на связь и определённую схожесть, это два разных понятия, поэтому путать или отождествлять их не следует. **Чтобы лучше понять разницу между имиджем и образом, сравним их определения:**

1. **образ** – это представление об объекте, которое складывается у окружающих на основании наблюдений и может быть позитивным и негативным;
2. **имидж** – это искусственный образ объекта, создаваемый и поддерживаемый для обеспечения положительного отношения к нему.

Таким образом, **разница заключается в том, что имидж создаётся искусственно и целенаправленно, при этом прикладываются усилия к тому, чтобы сделать его позитивным.**

Из чего складывается

Изучением имиджа, его составляющих и механизмов его формирования занимается специальная наука – имиджелогия.

В ней выделяют такие составляющие имиджа как:

- **Производимое впечатление.** Конечно же, впечатление, производимое индивидом, является основным фактором, формирующим его имидж. Оно зависит от внешности, стиля одежды и наличия чувства вкуса, опрятности и чистоплотности, манеры поведения и движений, особенностей речи и голоса, энергичности, приветливости, улыбчивости и массы других деталей.
- **Эрудиция, широта и глубина познаний.** Образованный человек с широким кругозором всегда производит положительное впечатление и вызывает

уважение. По мере взаимодействия с окружающими у него формируется и постепенно укрепляется положительный имидж.

- **Способность к адаптации.** Люди, которые быстро адаптируются к новым обстоятельствам и в любой ситуации знают, что нужно делать дальше, всегда нравятся окружающим. Поэтому умение быстро адаптироваться является важной составляющей положительного имиджа.
- **Энтузиазм**. Все люди разные, у каждого свой характер и темперамент, вследствие чего одни ведут себя активно, другие демонстрируют пассивность и спокойствие. В этом нет ничего плохого, и всё же большинству из нас нравятся энергичные люди, которые всегда с энтузиазмом принимаются за любое дело.
- **Честность и открытость.** Честные люди нравятся всем. Конечно, правда может оказаться неприятной. И всё же прямолинейность, честность и открытость – это важные составляющие положительного имиджа.

Также **в имиджелогии выделяют два основных направления имиджа:**

1. **Визуальный имидж.** Эта часть формируется на основе визуального восприятия внешних элементов, таких как мимика, жесты, особенности движений, дистанция общения и множество других факторов, заметных со стороны.
2. **Вербальный имидж.** Данная часть формируется на основе впечатлений от устной и письменной речи. Чтобы производить хорошее впечатление, человек должен уметь внятно и красиво излагать мысли.

Виды и примеры

Рассмотрим несколько простых примеров имиджа в рамках классификации имиджа по видам:

- **Имидж личности.** Каждый индивид формирует себе определённый имидж в глазах своего окружения и всех остальных людей, которые его знают. В своей повседневной жизни он проявляет различные качества, которые производят то или иное впечатление на свидетелей. Разумеется, сам он старается производить положительное впечатление. Однако многие аспекты своего поведения он контролировать не может, поэтому процесс формирования имиджа происходит как осознанно, так и неосознанно.

Например, Джеки Чан известен своим имиджем бесстрашного человека, который сам выполняет все трюки в кино, не прибегая к услугам каскадеров. Даже несмотря на то, количество травм Джеки Чана, полученных им в ходе съёмок, уже исчислялось сотнями, он продолжает выполнять все трюки самостоятельно.

- **Имидж организации.** Любая коммерческая или некоммерческая организация стремится к тому, чтобы сформировать себе положительный имидж. Доброжелательное отношение со стороны общества способствует развитию компании, благоприятно сказывается на её доходах, повышает её политическое влияние, даёт массу других выгод. Поэтому любая организация вкладывает ресурсы в продвижение и формирование благоприятного имиджа, используя для этого СМИ, рекламу, благотворительность и прочие инструменты.

Например, Google обрёл имидж организации с одной из самых развитых и передовых корпоративных культур. У многих работников «Гугла» свободный рабочий график (нет привязанности к рабочему месту) а в самих офисах царит атмосфера креатива, свободного общения и отсутствия жесткой субординации.

- **Территориальный имидж.** Каждое государство, страна или другое административно-территориальное образование также стремится сформировать себе положительный имидж. Имидж территории формируется на основе местной культуры, исторического наследия, традиций и обычаев, этнической самоидентификации и прочих факторов. Его основная цель заключается в том, чтобы создавать благоприятное впечатление о территории и её населении.

К примеру, город Дубай (Объединенные Арабские Эмираты) обладает имиджем одного из самых дорогих и престижных городов мира, где высоко развит туризм и многие известные личности приобретают себе там недвижимость. Другой пример — город-государство Сингапур завоевал имидж одного из самых быстроразвивающихся городов мира, который выбрался из бедности и достиг благополучия за невероятно короткий срок.

- **Имидж предмета.** Речь идёт о восприятии торговой марки, бренда или конкретного товара. Фирмы вкладывают значительные ресурсы в то, чтобы сформировать позитивное впечатление и привлечь внимание к своей продукции, сделать её более привлекательной на фоне аналогов, завоевать покупательскую лояльность и получить преимущество перед конкурентами.

Например, наручные часы «Rolex» завоевали себе имидж одного из самых узнаваемых и известных предметов роскоши. И хотя есть и более дорогие марки часов, Rolex всё равно остается номером один, если речь идёт дорогих и престижных аксессуарах.

Функции

Стремление сформировать себе положительный имидж присутствует у каждого из нас от природы. При этом фактические цели у каждого могут быть своими.
Кому-то просто хочется быть популярным, кто-то хочет иметь хорошую деловую репутацию, чтобы успешно вести бизнес, а кто-то мечтает стать знаменитостью. Независимо от целей, каждый старается показать свою индивидуальность и продемонстрировать всем свои положительные качества.

С точки зрения имиджелогии, **функция имиджа заключается в том, чтобы обеспечивать объекту или субъекту достижение следующих целей:**

- **Узнаваемость.** Это одна из важнейших целей любого бренда или компании. Если говорить о людях, то для индивида также важно, чтобы его узнавали те, кто для него значим. Обеспечение узнаваемости – первая из функций имиджа, поскольку для субъекта или объекта, который никто не знает, остальные аспекты не имеют значения.
- **Идеализация.** При формировании своего имиджа любой индивид или организация стремится придавать ему только положительные черты, избегая отрицательных. Поэтому одна из основных задач – создать идеализированный позитивный образ, который понравится всем.
- **Индивидуальность.** Для каждой личности важно быть уникальной, чтобы как-то выделяться на фоне остальных людей. То же можно сказать про компании, бренды, торговые марки, товары и прочие объекты.

Выводы

Подводя итоги, можно сказать, что **крупные компании, политики и политические организации, знаменитости и другие известные люди знают о важности этих функций.** Именно поэтому они тратят немало ресурсов на формирование и улучшение своей деловой репутации, занимаясь этим самостоятельно или обращаясь за услугами к имиджмейкерам – специалистам по формированию положительного имиджа.

1. Учебная дисциплина. САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ И ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 3. Формирование имиджа как результат самопрезентации

Тема 3.2. Личный и институциональный имидж

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Личный и корпоративный имидж. Понятие персонификации имиджа. Виды имидж формирующей информации. Габитарный имидж. Вербальный имидж. Невербальный имидж. Закономерности формирования первого впечатления.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 3.2. Личный и институциональный имидж

Анатомия личного имиджа

Целостный имидж формируется из многих атрибутов – внешних признаков и смыслообразующих. Последние являются зерном и сутью имиджа: своего рода имидж – это идеология, зашифрованная в символах, которые можно выражать, наблюдать и осмыслять. Важный параметр в формировании эффективного имиджа — соответствие внешних признаков и смыслообразующих.

Внешний облик (портретные характеристики субъекта)

Физические данные: рост, фигура.

Костюм: одежда, обувь, аксессуары.

Эстетика: прическа, макияж, кожа, ногти.

Вербалика: голос, интонация, дикция, речь.

Кинесика: осанка, движения, жесты, мимика, взгляд.

Ольфакторика: запах.

Имиджевая символика

Имя

Символика: цвет, числа, герб, логотип, марка.

Атрибутика: повторяющиеся детали и признаки внешнего вида.

Социальные символы: имущество, профессия, должность, хобби, общественное положение, семейное положение.

Искусственная среда обитания: кабинет, жилище, автомобиль.

Социально-ролевые характеристики

Репутация: общественное мнение о субъекте, основанное на истории его жизни, личных достижениях и заслугах.

Амплуа: разыгрываемая социальная роль.

Легенда: история жизни человека, представленная в имидже.

Миссия: социально важные цели, полезность для общества.
Индивидуально-личностные свойства
Значимые профессиональные качества.
Доминирующие индивидуальные характеристики.
Стиль взаимоотношений с людьми.
Пропагандируемые идеи.
Базовые ценности.
Техники управления имиджем
Задачи имиджмейкера

Публичный имидж человека – это сумма его социальных характеристик: место рождения, происхождение, образование, достаток, семья, хобби, место жительства, профессия, окружение и так далее. Все эти информационные ячейки должны быть заполнены. Если они не заполняются имиджмейкером, то их заполняет массовое сознание. Поэтому важно формировать имидж в соответствии с требованиями массовой коммуникации и в соответствии с тем, что окружающие считают важным (например, авторитет, профессионализм, эстетизм), не забывая и об индивидуальных потребностях субъекта, ориентированных на самоощущение и самовыражение. Именно такой подход считается сбалансированным.

Имиджмейкер может обслуживать три цели: улучшение самоощущения субъекта – так называемый «самовозвышающий имидж»; изменение социального статуса субъекта и утверждение его положения в желаемой социальной среде – «самоутверждающий имидж»; достижение конкретных коммерческих и профессиональных целей – «целевой имидж».

На этапе постановки задачи имиджмейкер должен получить ответ на два главных вопроса:
1) Какое впечатление субъект желает произвести на окружающих?
2) Какую цель он преследует?

Имея целью создание эффективного имиджа специалист поэтапно решает следующие задачи:

Привлекает внимание аудитории

Работает над тем, чтобы наделить субъект яркими свойствами, выделить его на общем социальном фоне. Инструменты: необычная внешность, оригинальная манера поведения, физическая красота, нетривиальная идея, выразительная речь.

Закрепляет положительное впечатление от субъекта

Работает над расположением публики, формирует ощущение симпатии и доверия.
Инструменты: нравственные идеалы, общечеловеческие ценности.

Усиливает восприимчивость аудитории

Наделяет субъект свойствами, понятными и близкими его аудитории, вызывает ощущение простоты и близости.
Инструменты: максимальная близость с прототипом, первоначальным образцом.

Повышает авторитет субъекта

Прорабатывает образ, который вызывает ощущение силы, компетентности, значительности. Инструменты: активная реформаторская деятельность.

Повышает индекс узнаваемости субъекта

Нарабатывает популярность. Инструменты: увеличение частоты появления перед аудиторией, следование тренду или создание тренда, эпатирование.

Повышает доверие аудитории к субъекту

Прорабатывает образ на предмет органичности, делая его максимально близким к сущности субъекта. Инструмент: комфортное и раскованное поведение в контурах имиджевой роли.

Побуждает аудиторию к определенным желаемым действиям

Итак, эффективный личный имидж должен обладать одной или несколькими из следующих характеристик: яркостью, понятностью, позитивностью, влиятельностью, узнаваемостью и естественностью.
Негативный, скандальный образ также может быть основой имидж-стратегии, поскольку за счет отрицательных качеств бывает проще выделиться на фоне других. Но это не может быть универсальной стратегией, которая выдержит критику времени. В формировании имиджа рекомендуется придерживаться общечеловеческих ценностей.

Три имидж-стратегии
Стратегия универсального (массового) имиджа

Ориентируется на различные социальные группы и формирует имидж на основе социальных стереотипов и коллективных образов. Цель массового имиджа – достижение популярности и массового признания. Примеры: имидж политика, артиста, телеведущего, руководителя крупной организации. Инструменты: воплощение в имидже общечеловеческих универсальных ценностей (мира, здоровье, любовь, созидание, семья, творчество, духовность, гуманизм, мужество, трудолюбие, патриотизм, сотрудничество).

Стратегия целевого имиджа

Образ ориентирован на конкретную социальную группу и привязан к ее характеристике. Целевой имидж не ставит задачи понравиться всем, а выстраивается в соответствии с особенностями и ожиданиями определенной аудитории, например, узко профессиональной, детской, молодежной, интеллектуальной, субкультурной. Таким образом, стратегия целевого имиджа предполагает специально организованную деятельность, успех которой зависит от того, насколько точно имиджмейкер понимает ожидания целевой группы и формирует образ субъекта в соотвествии с их потребностями. Проработка целевого имиджа включает следующие шаги:

Уточнение имиджевых целей

Для чего? какие задачи должен решать имидж?

Идентификация имиджевой аудитории

Кому адресуется, для кого предназначается данный образ?

Составление точного психологического портрета имиджевой аудитории

Кто они? каков их образ жизни и осознаваемые потребности, привычки, ценности, стереотипы, стремления, идеалы?

Выявление ресурсов субъекта

Каковы мои сильные стороны? какие качества субъекта могут удовлетворить ключевые потребности целевой аудитории

Формулировка ответа на главный вопрос, поставленный с учетом имиджевых целей, потребностей имиджевой аудитории и личных особенностей

"Какое впечатление я хочу произвести на имиджевую аудиторию?»

Тщательное описание идеального целевого имиджа

Заполнение информационных ячеек в «анатомии личного имиджа» (см. список выше)

Испытание созданного имиджа

Тест на небольшой группе людей, по своим характеристикам приближенной к имиджевой аудитории; получение обратной связи с выяснением ассоциаций, общего впечатления, силы и эффекта воздействия.

Корректировка имиджа по итогам теста

Реализация в действии

Испытание на более объемной аудитории более длительное время.

Повторная корректировка имиджа

Стратегия креативного взрыва

Отвергает стереотипы и привычные образцы, нацелена на самореализацию с помощью создания оригинального имиджа, резко выделяющегося на фоне привычных образов. Оригинальный имидж не стремится следовать ожиданиям аудитории, ставя целью опровержение правил и установок. Данная стратегия считается наиболее действенным способом зафиксировать на себе внимание людей, провоцируя амбивалентные чувства или даже выраженную неприязнь. Креативный имидж считается оправданным прежде всего в творческой среде: науке, шоу-индустрии, искусстве.

Поскольку люди неохотно принимают новшества и медленно изменяют взгляды, субъект, выбравший имидж первооткрывателя, должен иметь достаточно смелости, мужества и терпения для того, чтобы доказать свое право на признание. В итоге ход времени одерживает верх над привычным ходом событий, потому что у людей имеется скрытая потребность в новых впечатлениях.

Три приема построения эффективного имиджа

Техники создания яркого и узнаваемого образа:

Цель:
Привлечь внимание, запомниться, стать узнаваемым.

Инструменты:
- Подбор релевантного имени для субъекта;
- Типизация образа в соотвествии с архетипом;
- Стилизация образа в соответствии с выбранным типом;
- Создание и использование имиджевой символики;
- Мифологизация образа;
- Выбор направляющего эффекта: эпатажность / сексуальность.

Техники формирования позитивного отношения:

Цель:
Закрепить положительное восприятие субъекта и лояльность аудитории.

Инструменты:
- Повышение внешней привлекательности.
- Выражение позитивного настроя во всех проявлениях.
- Создание безупречной репутации: целенаправленное создание положительного общественного мнения о себе благодаря конструктивному поведению и следованию социальным нормам.
- Позитивные послания окружающим людям: выражение знаков внимания и благодарности, проявление уважения, поздравления, комплименты, похвалы.
- Личное участие: проявление искреннего интереса к людям, оказание поддержки и реальной помощи.

- Дистанцирование от негативных символов: отмежевание от компрометирующих факторов, фигур, групп.

Техники возвышения имиджа:

Цель:
Повысить и утвердить авторитет субъекта.

Инструменты:
- Присоединение субъекта к безусловным социальным ценностям.
- Усиление личной власти: создание собственной организации, получение руководящей должности в уже существующих структурах, принятие на себя лидерство в партии или политическом движении.
- Усиление харизмы: повышение физической силы и выносливости, уверенности и внутренней энергии.
- Личный вклад: достижения, заслуги и труд.
- Миссионерство — возложение на себя обязательств в решении актуальных социальных задач: благотворительность, экология, просветительская деятельность, спонсорство.
- Присоединение к общепринятым авторитетам: контакты с авторитетными людьми и хорошо зарекомендовавшими себя организациями.
Создание ореола / контекста: получение должности или научной степени, написание книги.

Эффекты стереотипизации

Психологи называют эффекты стереотипизации «ошибками восприятия» в виду их эмоционального влияния, которое возникает в условиях дефицита информации. Тем не менее они участвуют в процессе формирования имиджа субъекта. Тем временем уже сформированный имидж выступает в роли презумпции (ожидания, предположения), то есть изначальной готовности аудитории воспринимать субъект вполне определенным образом.

Эффект первичности

Информация, поступившая первой, автоматически воспринимается как более убедительная. Первое впечатление создается за 10-15 минут знакомства. Если первое впечатление положительное, то дальнейшее поведение субъекта несколько переоценивается, а если первое впечатление негативное, то оно бросает тень на все его дальнейшие проявления, вопреки объективно положительным.

Инструменты: осмысленно и аккуратно прорабатывать образ и сценарий поведения для событий, которые несут потенциал первого впечатления; убедиться в том, что представляя вас окружающие используют правильную формулировку, которая делает акцент на тех качествах, которые вы считаете своими достоинствами; отработать эффектную, ясную и комплиментарную вербальную самопрезентацию; подавая информацию, наиболее значительную и позитивную предоставлять в самом начале выступления или письменного послания; брать на себя инициативу выступать первым на конференциях, в дискуссиях или теледебатах.

Эффект последнего впечатления

Та информация, которую мы восприняли последней, оказывается наиболее важной. Этот эффект работает в случае продолжительного знакомства или в случае, если существует продолжительная временная дистанция между двумя событиями: запоминается последнее.Инструменты: стратегически продумывать эпизоды прощания, завершения событий; использовать промежуток времени между двумя для того, чтобы проявиться в новом более выгодном образе.

Эффект ореола (гало-эффект)

Тесно связан с понятием репутации – информации, которая становится известна о человеке до момента знакомства.Инструменты: отслеживать информацию о субъекте, которая в первую очередь распространяется из уст недоброжелателей; самостоятельно формировать информационное поле таким образом, чтобы оно говорило в пользу субъекта, привлекая авторитетные источники и распространяя через них положительные истории и легенды о субъекте.

Эффект новизны

Все новое лучше запоминается несмотря на то, что при контакте может вызывать неоднозначные чувства вплоть до замешательства и отторжения.
Инструменты: применять инновации и свежие идеи; провоцировать у аудитории эффект удивления.

Эффект социального контекста

Колоритный фон в виде обстановки, событий или людей, в окружении которых находится субъект, влияет на впечатление о нем. Если контекст соответствует имиджу субъекта, то он усиливает его, а если не соответствует, то ослабляет или даже свергает с пьедестала.Инструменты: тщательное продумывание социального фона, антуража — от интерьера офиса до окружения на групповых фото снимках. Окружая себя релевантными вещами и явлениями есть возможность скорректировать и усилить впечатление аудитории.

Эффект бумеранга

Работает при непосредственном контакте, то есть как субъект относится к аудитории, так и воспринимается ею, побуждая к ответным чувствам.Инструменты: продумывать

индивидуальный подход к аудитории в зависимости от того, какую манеру общения в ней предпочитают; универсальный подход – нейтрально уважительный.

Эффект повторения

То, что часто повторяется, воспринимается как близкое и привычное, вызывает доверие. Повторение ключевых символов образа – основа фиксации имидж-идеи.Инструменты: определить авторский стиль и неизменно проявляться в контурах этого стиля.

Эффект харизмы

Эффект харизмы – это внушительная энергия, неуловимый магнетизм, которые достигаются за счет совокупности нескольких глубинных свойств личности, лежащих в области иррациональных оценок.

Близость

Доступность образа, его способность вызывать ощущение «свой»

Экспрессивность

Яркость образа, динамичность, эмоциональность, энергетичность

Эротичность

Чувственность образа, его способность притягивать и стимулировать возбуждение

Доминантность

Властность, сила образа, его способность вызывать желание, подчиняться и следовать за прототипом

Агрессивность

Разрушительный потенциал, способность образа вызывать страх или провоцировать гнев

Архетипичность

Отражение в образе древнейших представлений и импульсов

Эталонность

Воплощение в образе родительских предписаний, доминирующих социальных ценностей и установок, способность вызывать оценку «хороший»
Как проявляется харизма
Привлекает внимание аудитории
Вызывает сильные реакции и чувства
Удовлетворяет явные и скрытые потребности аудитории
Предлагает идеи
Убеждает
Демонстрирует уверенность
Ведет за собой

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ И ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

РАЗДЕЛ 1. Самопрезентация как форма управления впечатлением

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие и формы самопрезентации. Трактовка самопрезентации И. Гофмана. Виды и средства самопрезентации. Устная и письменная самопрезентация	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Стратегии самопрезентации И. Джонса и Т. Питтмана. Стратегии самозатруднения Тайса, Джонеса, Бергласа. Стратегия похвалы исполнения противника	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Понятие и формы самопрезентации.
2. Трактовка самопрезентации И. Гофмана.
3. Виды и средства самопрезентации.
4. Устная и письменная самопрезентация.
5. Видео и аудио самопрезентация.
6. Приемы создания благоприятного впечатления.
7. Структура коммуникативного процесса.
8. Классические модели коммуникации
9. Социологические и психологические модели коммуникации.
10. Личность как единица коммуникации

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия: **Самопрезентация как форма управления впечатлением**

Форма практического задания: проект, дискуссия по выполненному проекту, обучающий тренинг.

Задания на проект: 1) Студенты составляют резюме и готовятся к собеседованию, на занятии отработать в парах навыки самопрезентации, по очереди меняясь ролями кандидата на вакансию и сотрудника отдела кадров. Студенты записывают свое собеседование на видео после проводится анализ их анализ с позиции проявления сознательных и подсознательных поведенческих программ. Во время дискуссии на занятии учесть: культуру спора, психологические приемы убеждения в споре: приемы воздействия на участников в споре, вопросы в споре и виды ответов, нечестные приемы, позволительные и непозволительные уловки в споре.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1
форма рубежного контроля – Контрольная работа

1. Предмет и объект корпоративных коммуникаций
2. Механизмы взаимопонимания в общении.
3. Деловое общение как взаимодействие партнеров. Способы влияния на партнера в процессе общения.
4. Механизмы регулирования деловых коммуникаций.
5. Виды норм делового общения.
6. Этика и этикет в регулировании деловых коммуникаций.
7. Принципы и конкретные требования делового этикета.
8. Корпоративная культура.
1. Особенности проведения публичных выступлений в малых, средних и больших
2. группах. Определение ключевых характеристик аудитории.
3. Выявление основных мотивирующих факторов аудитории, влияющих на достижение целей публичного выступления.
4. Кривая внимания аудитории.
5. Использование психологических и социальных установок в процессе публичного выступления. Техники конструирования образа и эмоционального состояния.
6. Техника «белых пятен».
7. Использование художественных средств в процессе публичного выступления .
8. Виды вопросов аудитории. Причины возникновения вопросов у аудитории. Система Томаса (DISC) в формировании ответов разным типам личности.
9. Способы ответов на вопросы аудитории

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров

закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ И ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

РАЗДЕЛ 2. Публичное выступление как разновидность самопрезентации

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие публичного выступления. Условия успешности публичного выступления. Основные признаки публичной речи. Базовые элементы публичного выступления	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Создание ключевых идей. Проработка целей выступления. Фиксация алгоритма выступления. Проработка вопросов и ответов со стороны аудитории	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Понятие публичного выступления.
2. Условия успешности публичного выступления.
3. Основные признаки публичной речи.
4. Базовые элементы публичного выступления.
5. Принцип инвенции. Разработка темы выступления.
6. Составления портрета аудитории.
7. Выбор цели выступления.
8. Принцип диспозиции.
9. Структурно-смысловая организация речи
10. Правила начала выступления. Правила окончания выступления.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия: ***Основные признаки и принципы подготовки публичного выступления***

Форма практического задания: Дискуссия.

Темы дискуссии

1. Современные тенденции развития мировой журналистики.
2. Система СМИ Западной Европы.
3. Система СМИ Восточной Европы.
4. Система СМИ Ближнего Востока.
5. Система СМИ Латинской Америки.

6. Система СМИ США и Канады.
7. Система СМИ Японии, Китая и юго-восточной Азии.
8. Система СМИ Африки и Австралии.
9. Система СМИ ближнего зарубежья.
10. СМИ в условиях перехода к информационному обществу.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия: **Публичное выступление как разновидность самопрезентации**

Форма практического задания: проект, дискуссия по выполненному проекту, обучающий тренинг

Задание на проект: подготовить к практическому занятию публичное выступление на 3-4 минуты по темам: 1) Использование психологических и социальных установок в процессе публичного выступления. Техники конструирования образа и эмоционального состояния.
2) Техника «белых пятен».
3) Использование художественных средств в процессе публичного выступления.
Студенты записывают свое выступление на видео после проводится анализ с позиции проявления сознательных и подсознательных поведенческих программ. Во время дискуссии на занятии учесть: культуру спора, психологические приемы убеждения в споре: приемы воздействия на участников в споре, вопросы в споре и виды ответов, нечестные приемы, позволительные и непозволительные уловки в споре.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля –Контрольная работа

1. Виды общения на групповом и межличностном уровне в органи зации.
2. Поддержание контакта и установления раппорта (доверия).
3. Основы теории взаимодействия Р. Бендлера и Дж. Гриндера.
4. «Подстройка» (макро-, микро-, прямая, перекрестная, частичная), «ведение» партнера, «отстройка», выход из контакта.
5. Сенсорная острота и «калибровка» невербальных сигналов: движения, поза, мимика, голос, дыхание.
6. Зрительный контакт и паттерны движения глаз.
7. Репрезентативные системы и типы восприятия.
8. Сенсорные предикаты.
9. «Подстройка» по личному опыту и малый разговор.
10. Техники малого разговора.
1. Основные понятия публичного выступления.
2. Основные приемы самопрезентации.
3. Цели и методы самопрезентации.
4. Виды и формы публичного выступления
5. Невербальные средства в публичном выступлении.
6. Понятие и содержание публичного выступления.
7. Основные правила публичного выступления.
8. Условия эффективности публичного выступления.
9. Приемы и способы успешности публичного выступления

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

1. Учебная дисциплина. САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ И ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

РАЗДЕЛ 3. Формирование имиджа как результат самопрезентации

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие и элементы имиджа. Характеристики имиджа. Функции имиджа. Субъекты имиджа. Виды имиджа. Персональный имидж. Институциональный имидж. Проектный имидж. Политический имидж. Территориальный имидж.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Личный и корпоративный имидж. Понятие персонификации имиджа. Виды имидж формирующей информации. Габитарный имидж. Вербальный имидж. Невербальный имидж. Закономерности формирования первого впечатления.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Выбор места и времени.
2. Определение установки на результат.
3. Определение мотивации участников.
4. Статус, роли, стиль жизни и работы, культура психологические качества личности участников.
5. Механизмы и способы влияния.
6. Использование речевых тактик.
7. Фиксация результата деловой коммуникации.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Тема практического занятия: **Формирование имиджа как результат самопрезентации**

Форма практического задания: проект, дискуссия по выполненному проекту, обучающий тренинг

Задание на проект: проанализировать имидж политического лидера с учетом следующих позиций: модель поведения, особенности телесного имиджа, внешнего вида, тактика общения. Подготовить к практическому занятию публичное выступление на 3-4 минуты.

Студенты записывают свое выступление на видео после проводится анализ с позиции проявления сознательных и подсознательных поведенческих программ. Во время дискуссии на занятии учесть: культуру спора, психологические приемы убеждения в споре: приемы воздействия на участников в споре, вопросы в споре и виды ответов,

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – Контрольная работа, Аналитическое задание

1. Экспрессивные средства коммуникации в управлении.
2. Кинесические средства коммуникации в управлении.
3. Руки и лицо как источник персонифицированной информации.
4. Проксемика. Зоны и дистанции деловой коммуникации.
5. Ритуальная коммуникация. Невербальные уловки и подтекст.
6. Просодика, такесика и экстралингвистика в деловых коммуникациях.

Аналитическое задание:

Провести анализ выступлений деятелей России разных времен по блокам: целевая аудитория, цель выступления, структура, методы и технологии воздействия на аудиторию, форма презентации. Провести мини-презентацию «Мини-презентация о выступлении деятеля России» по выбранной из предложенного списка теме. Обсудить полученные результаты в группе.

Список выступлений деятелей России:

1) Александр I «Вы защищаете веру, отечество, свободу».
2) Александр II «Мы положили в сердце своем обет».
3) Александр III Мы приняли бремя это в страшный час».
4) Петр Александров «Вера Засулич – женщина, которая со своим преступлением связала борьбу за идею».
5) Архиепископ Амвросий «Да простоит сей Храм многие веки».
6) Лаврентий Берия «Не стало Сталина».
7) Андрей Вышинский «Они готовят измену».
8) Юрий Гагарин «Первый в мире космический полет совершен».
9) Аркадий Гайдар «Для победы нужны немалые усилия».
10) Михаил Горбачев «Союзный договор поможет преодолеть кризис».
11) Максим Горький «Да здравствует всесоюзная красная армия
12) литераторов!»
13) Борис Ельцин «Это недопустимо».
14) Андрей Жданов «Брак в деле воспитания человеческих душ».
15) Георгий Жуков «Да здравствует наша победа!»
16) Николай II «Признали Мы за благо отречься от престола».
17) Павел Милюков «Глупость или измена?»
18) Кузьма Минин «Дело великое! Мы выполним его».
19) Дмитрий Медведев «Преемственность и стабильность, обновление и инновационное развитие».
20) Анатолий Луначарский «О задачах народного просвещения».

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. Самопрезентация как форма управления впечатлением

Тема 1.1. Понятие и формы самопрезентации

Не предусмотрено

Тема 1.2. Стратегии и техники самопрезентации

Не предусмотрена.

РАЗДЕЛ 2. Публичное выступление как разновидность самопрезентации

Тема 2.1. Основные признаки и принципы подготовки публичного выступления

Не предусмотрено

Тема 2.2. Этапы работы оратора над речью

Не предусмотрено

РАЗДЕЛ 3. Формирование имиджа как результат самопрезентации

Тема 3.1. Понятие и характеристики имиджа

Не предусмотрено

Тема 3.2. Личный и институциональный имидж

Не предусмотрено

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) ПСИХОЛОГИЯ МЕДИА

Направление подготовки
«42.03.02 Журналистика»

Направленность
«Журналистика»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных

используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе

обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
   - наименование факультета;
   - тема презентации;
   - фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
   - фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
   - год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

– титульный лист;

- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема лекционного занятия:
Раздел 1. Субъективная реальность

Тема 1.1. Когнитивная карта как субъективная модель реальности

Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о составлении когнитивных карт.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Когнитивные карты — это ментальные репрезентации (представления) человека о пространственной организации окружающей среды. Ошибки и искажения в когнитивных картах рассматриваются с точки зрения психофизического и функционального подхода.

С точки зрения психофизического подхода основным вопросом является соответствие между характеристиками реального пространства и его субъективной репрезентации.

Когнитивные карты относятся к ранним компонентам памяти, они являются как бы схемой, канвой, или эскизом для формирования других предметных отражений. У. Найссер считает, что они контролируют частные образы воображения. По сравнению с элементами реального пространства у когнитивных карт бывают систематические искажения.

Например, пересечения путей представляются близкими к прямому углу, хотя в действительности могут быть далеки от прямого угла, изогнутые пути представляются прямыми, знакомые пути — длиннее, незнакомые — короче.

В соответствии с когнитивно-социальной теорией научения, познавательные процессы являются как бы посредником между внешними стимулами и поведением человека (животного), таким образом, у научения — социальная природа.

В общем случае, когнитивная карта — это субъективная картина, которая создается в результате активных действий в окружающей среде и имеет пространственные координаты: верх-низ, право-лево, близко-далеко, она определяет местоположение отдельных воспринимаемых предметов.

Очевидно, можно представить себе когнитивную карту маленького ребенка, как внутреннюю часть самой маленькой матрешки, только матрешки эти разрисованы не снаружи, а внутри.

Как правило, на самой маленькой матрешке изображение самое примитивное, схематичное, и вот малыш видит это изображение изнутри. Оно еще маленькое тесное с узкой когнитивной картой. Шаг вперед, направо, налево, назад, падение на пол — и все.

Ребенок растет, растет его кругозор, и он перебирается в следующую матрешку, которая шире, ярче, на ней прорисовано больше деталей. Следующая еще лучше, а став взрослым, он переходит в большую матрешку, которая уже огромна, может уже как земной шар, его когнитивная карта становится большой, но нет предела совершенству — и впереди Вселенная.

Виды когнитивных карт:

карта-путь, как последовательное представление связей между объектами по определенному маршруту

карта-обозрение, как одновременное представление пространственного расположения объектов.

Когнитивные карты дают возможность человеку (животному) ориентироваться в пространстве, двигаться и осуществлять свою деятельность. Процесс образования когнитивных карт длительный, он проходит ряд психологических трансформаций, благодаря которым человек получает, хранит, вспоминает и использует информацию о пространственном окружении.

Применение когнитивных карт

Когнитивные карты привлекают внимание психологов, географов, архитекторов к проблемам пространственной ориентации, особенно потому, что пространственные схемы контролируют наше воображение, в принципе и являясь нашим воображением. С пространственной организацией связано большое количество метафор, например: человек "занимает положение", имеет "обширные" или "узкие" знания, изучить вопрос "с другой стороны", "области" и "сферы" знания.

В древние времена люди путешествовали, не имея карт или планов, при этом я не имею в виду путешествия первооткрывателей, а просто человек поехал (пошел) в другой населенный пункт, что впрочем, может произойти и сейчас, и чтобы не заблудиться, он в процессе поездки запоминает примечательные места, своеобразные вехи на своем пути. Это могут быть деревья, отличные от других, либо стоящие отдельно, либо приметные камни, либо еще какие-то объекты.

В данном случае когнитивная карта путешественника, формируется в связи с процессом движения и может быть использована в дальнейшем, являясь эффективным мнемоническим средством. Так древними греками был изобретен метод локусов, когда человек знакомится с последовательностью примечательных мест (локусов), расположенных вдоль своего маршрута.

Также для того, чтобы запомнить случайный список предметов, их надо последовательно расположить в данных местах. И для вспоминания списка, нужно мысленно пройти по тем памятным местам, где лежит каждый предмет из списка. Это "мысленное повторение пути" — ключ ко всей человеческой культуре, рассказ о путешествии.

В детстве мне с мамой довелось побывать в разных замечательных местах, являющихся литературными или историческими памятниками. Моя мама, литератор, учила меня, как запомнить то, что я вижу, учила расставлять как бы опорные вехи на пути к объекту, делению интересного объекта на какие-то запоминающиеся части, составлению мысленного плана и благодаря этому я и сейчас до малейших подробностей "вижу" Бахчисарайский дворец, дом Александра Грина и дорогу к нему.

Рассмотрим еще пример применения когнитивных карт, теперь уже для тестирования работы аппаратных и программных средств. На основе когнитивной карты можно оценить реальное состояние аппаратных и программных средств и сравнить его с заданными параметрами.

Информация для работы когнитивной карты собирается по результатам специального тестирования и работы контрольных аппаратных средств. Если система при наличии отказов сохраняет заданные характеристики, то она является отказоустойчивой системой, если происходит частичная потеря свойств, то все же она остается системой обеспечения живучести, если же полностью теряются свойства, то система не подлежит восстановлению.

Использование когнитивных карт возможно при разработке программных комплексов поддержки принятия решений по управлению вузов, предприятий и различных систем.

При психолого-педагогических исследованиях когнитивные карты, позволяют преобразовать декларативные знания о педагогической ситуации в процедурные знания о разрешении ее основных конфликтов и переструктурирования когнитивных карт. Когнитивные карты могут быть полезны для формирования и уточнения гипотезы о функционировании исследуемого объекта, рассматриваемого как сложная система.

Тема лекционного занятия:
Раздел 1. Раздел 1. Субъективная реальность
Тема 1.2. Фильтры восприятия
Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о фильтрах восприятия и их применении в медиа
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Когда мы получаем информацию, наше восприятие отбирает и фильтрует ее, чтобы мы могли лучше понимать ее смысл и значение. Мы можем реагировать на некоторые аспекты информации, в то время как другие аспекты мы можем игнорировать. Например, мы можем обратить внимание на то, что кто-то говорит, и проигнорировать шум вокруг нас. Важно понимать, что наши фильтры восприятия могут быть различными и зависят от нашего опыта, культурных норм и личных убеждений.

Фильтр восприятия - это способность человека выбирать и воспринимать определенные виды информации, а не другие. Он является одним из уровней фильтрации информации и определяет, какую информацию мы будем воспринимать, а какую - нет.

Репрезентативная система человека определяет ведущие каналы восприятия, которые являются теми каналами, через которые мы лучше всего воспринимаем информацию. К примеру, для одних людей ведущим каналом может быть зрительный, а для других - слуховой или тактильный. Человек лучше воспринимает информацию, соответствующую его системе восприятия, и может пропускать информацию, которая не соответствует этой системе.

Каналы восприятия определяют 4 фильтра восприятия реальности, которые относятся к категории "Фильтр сенсорного восприятия". Они включают в себя визуальный, аудиальный, кинестетический и дигитальный фильтры.

Замечено, что люди, у которых одинаковый ведущий канал восприятия, лучше понимают друг друга.

Как работают фильтры?

Фильтры восприятия - это уровни фильтрации информации, которые определяют шаблоны, которые использует человек при обработке информации. Существуют различные типы фильтров и шаблонов восприятия, которые могут влиять на то, как мы воспринимаем информацию.

Фильтр убеждений - это тип фильтра восприятия, который определяется ценностями и ментальными установками. Человек лучше воспринимает информацию, которая соответствует его ценностям и убеждениям, а остальную информацию может просто не заметить.

Эмоциональный фильтр - это тип фильтра восприятия, который определяется эмоциональным состоянием и влияет на то, какую часть информации мы воспринимаем. Например, если человек находится в плохом настроении, он может упустить положительные моменты информации и увидеть только ее отрицательные стороны. Наоборот, когда человек в

хорошем настроении, он может улавливать положительную часть информации и не обращать внимание на отрицательные моменты.

Кроме того, на восприятие информации влияют индивидуальные особенности личности. Фильтры восприятия могут искажать действительность и быть источником проблем, если человек реагирует на ситуации шаблонно. Однако, фильтры восприятия также могут помочь нам быстро реагировать на похожие ситуации в будущем, что экономит нашу энергию и время.

В целом, фильтры восприятия играют важную роль в том, как мы воспринимаем информацию и создаем свою картину мира. Понимание того, как они работают, может помочь нам осознавать их влияние на нашу жизнь и нашу реакцию на различные ситуации.

Как изменить фильтры?

Фильтры восприятия - это привычные способы восприятия информации, которые используются нашим мозгом, чтобы обработать входящие данные. Эти фильтры могут влиять на то, как мы видим, понимаем и реагируем на мир вокруг нас.

Трансформация фильтров восприятия заключается в осознании фильтров и их связи с конкретными эмоциями. Когда вы знаете, какой фильтр используется, чтобы обработать информацию, вы можете решить, нужно ли его использовать в данной ситуации или нет.

Некоторые фильтры восприятия особенно сильно влияют на то, как мы реагируем на мир вокруг нас. Например, эмоциональный фильтр может включать в себя такие эмоции, как безнадежность, безвозвратность, любознательность, дальновидность, застенчивость, уверенность, радость и многие другие.

Определение этих фильтров может потребовать серьезной работы, но когда они определены, можно задуматься о том, как изменить свой подход к ситуациям, в которых они используются. Работа с эмоциями, связанными с фильтрами восприятия, может помочь в этом.

Фильтры восприятия, основанные на убеждениях, можно изменить с помощью техник НЛП. НЛП - это метод, который позволяет разблокировать потенциал вашего мозга и помогает избавиться от шаблонов мышления, которые могут мешать вам достигать своих целей.

Работа с фильтрами восприятия может помочь расширить ваше понимание мира вокруг вас и изменить вашу жизнь к лучшему.

В современном мире посредством средств массовой информации (далее – СМИ) формируется общественное мнение – состояние массового сознания, заключающее в себе скрытое или явное отношение различных социальных общностей к проблемам и событиям действительности.

СМИ будут рассматриваться как главная составляющая средств массовой коммуникации. При этом под массовой коммуникацией мы будем подразумевать процесс распространения информации (знаний, духовно-нравственных ценностей, моральных, эстетических и правовых норм и т. п.) с помощью технического инструментария (интернет, радио, телевидение и т. п.), многочисленные аудитории, рассредоточенные территориально. Выявление закономерностей восприятия такого мощного источника СМИ, как «телевизионная массовая коммуникация», представляется крайне злободневной и актуальной проблемой.

Анализ сообщений СМИ позволяет, с одной стороны, проанализировать отношение народов и наций друг к другу, определить корни недовольства и напряженности в этой сфере, питающие тенденции, а с другой – выявить условия и факторы, составляющие интеграционный потенциал российской многонациональной государственности, выявить направления и механизмы консолидации наций, народностей, регионов. Русская нация в России исконно считается государствообразующей нацией, и логично утверждать, что средства массовой

информации ориентированы именно на эту социальную группу. Но не стоит забывать о том, что, согласно переписи населения 2002 г., около 20 % населения России – представители других национальностей, культур, историй и традиций.

В связи с этим вопрос восприятия сообщений СМИ с учетом национального менталитета аудитории очень актуален. Одно и то же сообщение СМИ, преломившись через «призму» национального менталитета, вызывает абсолютно разные реакции у представителей различных этнических групп. Так, например, стремясь поднять настроение одной категории аудитории, ненамеренно, но грубо затрагиваются чувства другой публики. Ситуация может быть обострена тем, если такие попытки заранее спланированы.

Изучение литературы показало, что существует взаимосвязь (закономерности) между телевизионной массовой коммуникацией в России и динамикой самооценки этнической идентичности представителями русского народа, участвующими в просмотре телепрограмм. Содержание отечественных телевизионных программ может не только повышать, но и понижать самооценку этнической идентичности личности у телезрителей и, в частности, у представителей русского народа, влияет на самооценку индивидами своей этнической идентичности.

Существующие традиции исследования особенностей национального менталитета находятся в русле изучения национального, этнического менталитета, этнического самосознания, особенностей ментальности нации в работах русских философов, этнологов, этнографов, историков, социологов (Э. Г. Александренков, В. В. Мавродин, С. Н. Артановский, С. А. Арутюнов, В. И. Козлова, Л. М. Дробижева, А. А. Сусоколов и др.).

Отечественные психологические исследования феноменов массовой коммуникации отражены в работах А. А. Леонтьева (область психолингвистики и массовых коммуникаций), Ю. А. Шерковина (психология массовых коммуникаций) [1], Н. Н. Богомоловой (социальная психология массовой коммуникации).

Изобретение и широкое распространение электронных средств массового общения (радио, телевидение, телеграф, интернет и т. п.) не только позволили преодолеть расстояние, время и пространство, но и изменили доминирующие стороны бытия личности, перестраивая ценности и потребности человека, воздействуя на когнитивные процессы и на эмоционально-волевую сферу поведения.

Особый характер взаимодействия личности с телевизионным произведением – источник специфики современного искусства; результаты этого взаимодействия – эффекты воздействий произведений – проявляют его сущность, эвристичны в выявлении его тенденций. В границах традиционного взаимодействия с произведениями классики и неоклассики личность воспринимающего произведение ориентирована на эмоциональное сопереживание героям, а произведение осуществляет гармонизирующий эффект воздействия на аудиторию. Произведения же постмодерна предлагают аудитории вызовы – к интеллектуальной игре, к открытому межличностному диалогу, интенсивной рефлексии. Эффект восприятия личностью таких произведений – переживание эмоционального дискомфорта, тревожности, неопределенности от интеллектуальных загадок и в целом – эффект дисгармонии.

За дифференциацией эффектов восприятия СМИ открываются две тенденции – усиления и снятия субъектности человека. Тенденция увеличения субъектности человека в ответ на вызовы мира, в котором преобладают изменчивость, неопределенность, проявляется в авторских экспериментах, в «открытых произведениях» с вариантами смысловых интерпретаций субъектов, росте осмысленности элитарной культуры. Тенденция снятия субъектности, обезличивания человека как следствие унификации массовой культуры выражается в уменьшении

«присутствия» личности автора в СМИ, во вторичности постмодернистских произведений-коллажей, в программировании результатов воздействий на аудиторию.

Авторские произведения в телевидении и кинематографии оказывают воздействие на субъектов восприятия в большом диапазоне их психической активности: от изменения эмоционального состояния, настроения и динамики межличностных отношений до изменения осмысленной избирательности и интенсивности контактов с окружающим миром. Каждый народ разнообразен и самобытен именно своими иррациональными, мистическими, мировоззренческими особенностями, которые придают различным культурам неповторимое своеобразие и служат главной причиной их исторического «притяжения» или «отталкивания». Так, в своей капитальной работе «Россия и Европа», изданной в 1871 г., отечественный философ Николай Данилевский утверждал, что «естественная система истории должна заключаться в различении культурно-исторических типов, как главной основы ее деления».

Этой же точки зрения придерживался и Арнольд Тойнби, создатель теории эволюции человечества. Он обозначил в развитии человечества около двух десятков цивилизаций, включая и российскую, одухотворенную идеей «Москвы – третьего Рима» и всесильной «русской верой в высокое предназначение России».

Для всех многочисленных определений этнического самосознания в отечественной науке отличительной чертой является осознание принадлежности личности к определенной этнической общности.

Источники свидетельствуют, что структура национального самосознания представляет собой следующее:

- осознание этнической общности и отношения к другим этносам;
- приверженность к национальным ценностям: языку, территории, демократической культуре;
- сознание социально-государственной общности;
- патриотизм;
- сознание общности в национально-освободительной борьбе.

К сожалению, российское телевидение в лице авторов программ, руководства телеканалов в последнее время в погоне за рейтингом, за зрителем не особенно сильно вникает в моральную сторону содержания развлекательных программ. С экранов телевизоров в наши дома проникает навязанная нам «глянцевая жизнь» с полуобнаженными женщинами, с мужчинами, гордо признающими себя гомосексуалистами, с милиционерами, которые становятся национальными героями, получая взятки и нарушая закон в каждой серии популярных сериалов. Все это поразительно в стране, где основные государственные религии – православное христианство и ислам – считают это великим грехом. Создателям современных фильмов и телепрограмм неважно, что содержание сообщений СМИ могут оскорблять религиозные, национальные стороны личности, аудитории и целого народа; не учитываются особенности восприятия этих сообщения с учетом национального, этнического менталитета.

Поневоле создается обоснованное впечатление, что деятельность российских СМИ подчинена не вполне полезной для общества задаче, а именно – созданию враждебных настроений представителей одних национальностей к другим, созданию новых типов людей и новых порядков, созданию так называемой биомассы, которой можно легко манипулировать, основываясь на сформированных СМИ низких духовных потребностях.

Исходя из вышеизложенного, необходимо подчеркнуть, что вопрос изучения особенностей восприятия сообщений СМИ с учетом национального, этнического менталитета и

учет этих особенностей в деятельности СМИ очень актуален в наше время, так как затрагиваются вопросы национального самосознания, развития национальной культуры, сохранения традиций. Поэтому очевидно, что организация деятельности российских СМИ должна строиться на базе исторических ценностей России, с включением понятных населению государственно-патриотических, властных рычагов. Вместе с тем ясно, что основополагающие принципы национально-культурного развития каждого народа и всего сообщества российских народов могут самореализоваться лишь в условиях свободы творческой деятельности человека, осознания каждым народом уникальности своего многовекового культурного наследия и необходимости реализации его потенциала на благо всего Отечества.

Тема лекционного занятия:
Раздел 2. Подходы к описанию субъективной реальности
Тема 2.1 Бихевиоральный подход в коммуникации
Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о бихевиоральном подходе в коммуникации.
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Бихевиоризм – направление, которое представляет собой теоретическую основу поведенческой психотерапии.

Бихевиоральный подход – поведенческий подход, в котором человек рассматривается только как организм, управляемый внешними обстоятельствами.

Суть: стимул = реакция (внешний стимул => реакция человека), при этом ценности, установки и убеждения не влияют на реакцию.

Личность, с точки зрения научения, — это тот опыт, который человек приобрел в течение жизни. Это накопленный набор изученных моделей поведения. Научающе — бихевиоральное направление занимается открытыми [Доступными непосредственному наблюдению] действиями человека, как производными от его жизненного опыта. Теоретики бихевиорально-научающего направления не считают нужным задумываться над психическими структурами и процессами, скрытыми в «разуме», они принципиально рассматривают внешнее окружение как ключевой фактор человеческого поведения. Именно окружение, а отнюдь не внутренние психические явления, формирует человека.

В основу направления заложена теория, где основной причиной проблем и трудностей человечества являются разнообразные негативные условия среды, оказывающие отрицательное влияние на формирование поведения человека и приносит страдание не только самому человеку, но и окружающим его людям.

Бихевиоральное направление в психологическом консультировании заключается в том, чтобы научить клиента владеть своими действиями и поведением. В рамках данного консультирования делается акцент на то, что особое влияние на личность человека оказывает окружающая среда. Задача психолога попытаться совместно с клиентом вникнуть в его жизненные условия и изменить их в нужное направление.

Основные составляющие бихевиорального направления в психологическом консультировании:

- Постоянно поощрять активность клиента.
- Четко определить и сформулировать проблему клиенту посредством операционализации его поведения (наблюдения за поведением, речью, мимикой, жестами и т.д.)
- Понимание контекста выявленной проблемы, посредством функционального анализа (установление причинно-следственных связей).

- Выявление и установление всех социально значимых для клиента целей (составление конкретного плана действий).

Помимо этого психологом используются следующие процедуры:

- Упражнения, ролевые игры и тренинги на преодоление беспомощности и неадекватности. Формирование настойчивости в поведении.
- Целенаправленная работа по уменьшению тревожности, посредством использования упражнений на релаксацию.
- Моделирование требуемой модели поведения, поощрение клиента за проявление желаемого поведения. Ведение записей.
- Использование различных способов и приемов по поощрению желаемой модели поведения, а также за осуществление самоконтроля за ним.

Важным в бихевиоральном направлении психологического консультирования является предотвращение рецидивов. С этой целью психологом используются следующие приемы:

- предвидение возможных сложных поведенческих ситуаций, регулирование чувств и мыслей клиента;
- выявление дополнительных навыков, которые могут быть использованы в выстраивании благоприятных последовательностей.

(Опыты над собаками Павлова Скиннер считал главным оперантное поведение: важнее стимула подкрепление (стимул = подкрепление = реакция), негативное подкрепление неэффективно)

Бихевиоризм критикуется за отрицание участия сознания, чувств и эмоций в поведении, за восприятие человека только, как организм, на который влияют раздражители (ака компьютер), за пренебрежение врожденными способностями и склонностями, за отказ изучения мотивов, намерений и целевых установок человека.

Вопрос о том, что влияет на решение потребителя о покупке, является без преувеличения одним из ключевых вопросов в маркетинге. От ответа на него зависят выстраивание взаимодействия бренда с целевой аудиторией, разработка идеи и содержания рекламного сообщения, поиск эффективных каналов коммуникации и реализация еще десятка не менее насущных задач. Социальная психология еще в прошлом веке предложила свой взгляд на проблему, дав миру теорию бихевиоризма, – теорию, основанную на изучении зависимости поведенческих реакций личности от стимулов внешней среды. В наше время бихевиоризм нашел применение в маркетинге как попытка глубже понять психологические аспекты поведения потребителей.

Бихевиоризм помогает продавать?

Развитие бихевиоризма как учения о поведении (от англ. behaviour) повлекло за собой становление целого направления в психологии. Оно основывается на наблюдении за реакциями личности, возникающими в ответ на конкретные стимулы. Главенствующая роль в этом процессе отводится окружающей среде – именно она представляет собой совокупность различных по характеру ситуаций, влияющих по действия человека. Оставляя практически без внимания мотивы, эмоции и чувства как необъективные и не поддающиеся измерению величины, бихевиоризм сосредоточился на понимании связи между стимулом и реакцией, считая, что зная механизм ее возникновения, можно смоделировать определенную модель поведения.

Ключевое положение бихевиоризма, которое взяла на вооружение, в том числе и реклама, заключается в обусловливании желательных поведенческих реакций за счет положительного (похвала, награда, подарок, результат) или отрицательного (критика, потеря, наказание, неудача) подкрепления. Человек в своих поступках ориентируется на полученный опыт и повторяет на практике те действия, которые способствовали достижению цели.

В маркетинговой практике бихевиоризм приобрел популярность с развитием и распространением рекламных технологий. Собственно, он стал ответом на изменчивое потребительское поведение: как повлиять на выбор продукта, как стимулировать покупку? Маркетинг активно использует модель «стимул-реакция»: купи сейчас и получи

скидку/бонусы/подарок/возможность выиграть и т.д. По этому же принципу строятся различного рода стимулирующие акции, например, Black Friday. Потребитель оказывается в ситуации, когда его окружает мощный маркетинговый посыл: беспрецедентное снижение цен на товары и услуги в короткий промежуток времени. Противостоять стимулу сэкономить, «купить больше за те же деньги», получить выгоду оказывается сложно — многие потребители откладывают покупку до даты проведения акции, а маркетологи получают возможность в буквальном смысле управлять потребительским поведением.

Американский психолог и писатель Ф.Б. Скиннер выдвинул идею о вариативности подкрепления, предложив следующие возможные режимы:

— режим с постоянным соотношением (больше реакций – больше подкреплений, или больше покупок – больше скидок, больше рекламных просмотров – больше демонстраций ролика и т.д.);

— режим с постоянным интервалом (подкрепление следует через четко определенные отрезки времени, что может проявляться в графике мероприятий по продвижению продукта: периодичности акций по стимулированию сбыта, размещения рекламы и т.д.);

— режим с вариативным соотношением (учитывается среднее число реакций, что хорошо использовать при планировании рекламной активности);

— режим с вариативным интервалом (подкрепление следует через неопределенное время; в маркетинге этот вариант находит воплощение, в том числе, в начислении бонусов спустя некоторое время после покупки, как, например, делает «Спортмастер»).

В пользу применения подхода в маркетинге говорит объективность применяемого метода – наблюдения за поведением клиента и анализе данных, поддающихся количественной оценке. Кроме этого, бихевиоризм оставляет возможность модификации желаемых реакций у покупателей.

Но не следует упускать из виду и «оборотную сторону» бихевиоризма: закрепляется любая реакция, в том числе, негативная. Если клиент обратился в службу поддержки и не получил результата, он запомнит отрицательный опыт взаимодействия с компанией. Когда же потребитель приобрел продукт ненадлежащего качества, в условиях разнообразия выбора он вряд ли купит его вновь.

Бихевиоризм: за или против?

При всей, казалось бы, беспроигрышности бихевиоризм можно упрекнуть в однобокости и достаточно узком толковании человеческого поведения, которое рассматривается исключительно с точки зрения получения стимулов. Он оставляет «за бортом» как другие виды научения (помимо наказаний и поощрений), так и целый спектр внутренних психических механизмов. Практичность бихеовиризма не принимает в расчет и возможных эмоциональных состояний, в то время как они связаны с ситуациями подкрепления и способны оказывать самое непосредственное влияние на решение о покупке.

Однако многие положения теории были успешно приняты «на вооружение» маркетингом еще в прошлом веке. Практика показала, что следующее за действием человека подкрепление действительно задает желаемое для производителя/рекламодателя поведение и, как следствие, укрепляет его позиции на рынке.

Тема лекционного занятия:
Раздел 2. Подходы к описанию субъективной реальности
Тема 2.2. Психоаналитический подход в коммуникации
Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о психоаналитическом подходе в коммуникации.
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Модель Зигмунда Фрейда (психоаналитическая). В коммуникации важно учитывать подсознание человека. Цивилизация подавляла инстинкты, в основном сексуального свойства, в силу их анормальности с точки зрения культурных норм. Они вытеснились в бессознательную область психики. Неосознаваемое самим человеком представляет выгодную среду для помещения туда необходимых для коммуникатора сообщений.

Жак Лакан внес в схему элемент обратной связи и влияние на процесс коммуникации ошибок, оговорок, забывчивости. Обратил внимание на роль невербалики (жесты, гримасы, мимика и т. д.).

Модель Карла Густава Юнга (архитипическая). Человек анатомически хранит свое прошлое. «У человека есть способность, которая для коллектива является наиценнейшей, а для индивида — наивреднейшей — это подражание. Без этого невозможны массовые организации, государство, общественный порядок. Не закон создаст порядок, а подражание, в понятие которого входят также внушаемость, суггестивность и духовное заражение».

Методы и направления исследований массовой коммуникации.

Направления исследований МК:

Исследование особенностей:

- Коммуникатора
- Реципиента
- Сообщения
- Оценка продолжительности воздействия
- Оценка последствий воздействия

Методы исследования МК:

- Наблюдение
- Опрос
- Анкетирование
- Интервью
- Фокус-группа
- Контент-анализ
- Тестирование
- Эксперимент

Массовая коммуникация как способ формирования аттитюдов.

Воздействие на человека средств массовой информации может создавать у него социально-психологическую установку (аттитюд). Установка — это внутренняя психологическая готовность человека к каким-либо действиям. В основе аттитюда лежат, как минимум, три компонента:

-когнитивный. анализ некоторых психических процессов и прежде всего процессов переработки информации: ощущения, восприятия, внимания, ассоциативного мышления, памяти и т.д. При помощи когнитивного компонента рассматриваются ошибки, которые возникают при подготовке рекламы, а также удачные находки, позволяющие эффективно влиять на познавательную сферу человека, добиваясь того, чтобы рекламные сообщения хорошо воспринимались, запоминались, вызывали готовность к действию.

-аффективный. означает, что каждый когнитивный элемент получает эмоционально окрашенную оценку. В результате формируется эмоционально окрашенное отношение к тому или иному факту, человеку, явлению, вещи. Идентификация себя с героями видеоклипа способствуют возникновению желания приобрести товар. На эмоциональную память человека сильное действие оказывает яркость впечатлений, но при этом следует избегать эмоциональных перегрузок. Если реклама вызывает чувство брезгливости, страха, стеснения, это не будет способствовать сбыту рекламируемого товара. В ряде случаев наоборот: если рекламируемый товар позволяет избавиться от этих или других негативных эмоций, то он начинает пользоваться спросом.

-конативный (поведенческий). Исследование данного компонента предполагает анализ поступков человека, определяемых его решениями, например, решение о покупке товара под воздействием рекламы. Анализ поведенческого компонента предполагает изучение как осознанного поведения, так и поведения на бессознательном или неосознаваемом уровне. Сюда могут быть включены вопросы, связанные с изучением мотивации, потребностей, воли.

Социально-психологические механизмы воздействия мк.

идентификация, или отождествление с рекламным героем. Эта психологическая реакция дает человеку чувство сопричастности и безопасности. Сам того не замечая, человек начинает перенимать не только стандарты поведения героя, но и его способ мышления, идеи и ценности, внутренние состояния.

подражание также может быть неосознанным (внелогическим). Люди склонны подражать тем, кто обладает авторитетом, кто вызывает у них чувство симпатии, кто является особо значимым объектом (референтным). В отличие от идентификации подражание позволяет перенимать не только внутренние установки, но и приобретенные навыки других людей.

внушение - некритическое, внелогическое восприятие идей коммуникатора. Эффективность внушения повышается при высоком статусе коммуникатора, возникновении у реципиента аттракции по отношению к коммуникатору, установлении коммуникатором раппорта с реципиентом, в случае если реципиент находится в состоянии, способствующем внушению (расслаблен, чувствует себя в безопасности, испытывает положительные эмоции, не настроен на логическое мышление).

заражение процесс передачи эмоционального состояния помимо смыслового воздействия или дополнительно к нему. При заражении важную роль играет степень общности установок человека с коммуникатором или степень идентификации с ним.

эмпатия - постижение эмоционального состояния другого человека через сопереживание, сочувствие. При эмпатии наблюдается снижение рефлексии, критичности мышления, и таким образом повышается склонность к идентификации, заражению и внушению.

Таким образом, все эти механизмы воздействия взаимосвязаны и осуществляются на внелогическом уровне восприятия.

Использование законов научения в мк

- **Выработка условных связей**
- **Оперантное научение (инструментальное научение)** форма научения, в которой правильная реакция или изменение поведения подкрепляется и становится более вероятной
- **Викарное научение** приобретение человеком знаний, умений и навыков через прямое наблюдение и подражание наблюдаемому объекту.
- Латентное научение Если во время эксперимента животному позволяют, например, бродить по лабиринту без какого-либо подкрепления, то позднее, оказавшись в лабиринте, оно выучит его быстрее, чем другие животные, не обладающие предварительным опытом.

Приемы манипулятивного воздействия, использующиеся в рекламе.

Суггестивные техники:

- Подпороговое воздействие
- Использование методов НЛП
- Использование методов эриксонианского гипноза (трансовое воздействие)
- Использование психоаналитических методов

Преодоление сопротивления внушению:

- Трюизм («Все любят покупать»).
- Иллюзия выбора

- Команда, скрытая в вопросе
- Использование противоположностей (“чем …- тем …”)
- Полный выбор
- Избегание отрицательных частиц “нет” и “не”.
- Конкретность и образность ключевых слов

Манипуляция - вид применения власти, при котором обладающий ею влияет на поведение других, не раскрывая характер поведения, которое он от них ожидает.

Признаки манипуляции:

1) мишень – структуры психики

2) скрытое воздействие

3) воздействие, которое требует мастерства и знаний

4) способ господства путем духовного воздействия на людей через программирование их поведения

5) ставит своей задачей изменение мнений, побуждений и целей людей в нужном власти направлении

- искажение информации:
  - фабрикация /подтасовка фактов,
  - манипулятивная семантика,
  - упрощение,
  - стереотипизация
- способ подачи информации:
  - утверждение,
  - повторение,
  - дробление,
  - срочность,
  - сенсационность,
  - отсутствие альтернативных источников

Убеждение – это воздействие на сознание личности через обращение к ее критическому мышлению.

Средства убеждения:

аргументация, доказательство, обоснование, опровержение, дискуссия, формирование когнитивного диссонанса у партнера.

К.Ховлэнд. Процесс убеждения включает три этапа:

- слушатели должны *обратить внимание* на сообщение;
- они должны *понять* его содержание;
- они должны *согласиться* с содержанием сообщения (принять сообщение).

Факторы эффективности убеждения:

- достоверность источника информации;
- вид воздействия (вызывает ли информация страх или мотивирует радиослушателя);
- порядок аргументации (различная эффективность воздействия одно- и двусторонних аргументов);
- отождествление себя потребителями массовой информации с определенными социальными группами;
- личностные характеристики членов аудитории

Приемы наведения транса:

- речевая динамика
- воздействие звукосочетаниями.
- показ трансового поведения
- вызывание возрастной регрессии
- перегрузка сознания

- разрыв шаблона
- техника полной неопределенности и непредсказуемости
- искусственные и несуществующие слова
- техника рассеивания
- персеверация (повторение)

Психоаналитические методы:

- Манипуляция основными инстинктами (секс, агрессия)
- Психоаналитическая символика
- Актуализация детских переживаний
- Использование архетипов

Тема лекционного занятия:
Раздел 3. Диагностика субъективной реальности
Тема 3.1. Телесная активность как отражение субъективной реальности
Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний понятия и теорий медиаобразования.
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Мы очень часто обращаемся к этому способу передачи информации, общаясь с друзьями, родственниками, деловыми партнерами, сослуживцами и с теми, с кем лишь на мгновение сталкиваемся нас повседневная жизнь. Он во многом определяет как реакцию на окружающих, так и их отношение к нам. Стоит только сознательно отнестись к этим безмолвным сигналам, которые мы одновременно и подаем, и принимаем, как мы тут же откроем для себя возможность более эффективного и действительного их использования.

Согласно исследованиям, 55% сообщений воспринимается через выражение лица, позы и жесты, а 38% — через интонации и модуляции голоса. Отсюда следует, что всего 7% остается словам, воспринимаемым получателем, когда мы говорим. Это имеет принципиальное значение. Другими словами, во многих случаях то, как мы говорим, важнее слов, которые мы произносим.

Знать виды невербального общения и понимать невербальные сигналы важно по нескольким причинам. Во-первых, они выполняют функции точного выражения чувств, ведь очень часто мы испытываем чувства настолько сложные, что просто не в состоянии подобрать для их описания нужные слова, но это можно сделать, используя невербальные средства и методы. Во-вторых, они выполняют функции более глубокого взаимопонимания.

Зная основные способы невербального общения, вы сможете лучше понять другого человека, когда он в общении с вами пытается контролировать свое поведение, ведь невербальные сигналы проявляются бессознательно и ваш собеседник просто не может ими управлять. Классификация невербальных средств общения и примеры их использования помогут вам не только лучше понять себя, но и научат распознавать ложь и манипуляции со стороны других людей.

Расширьте свое восприятие

Чтобы, научиться лучше, понимать собеседника и распознавать его скрытые сигналы, для начала следует научиться обращать внимание одновременно на все элементы или средства невербального общения, к ним относятся мимика, жесты, позы, интонация и тембр голоса, визуальный контакт и межличностное пространство. Рассмотрим подробней о каждом из этих элементов невербального общения и приведем конкретные примеры их проявления.

Мимика

Мимика-это выражение лица человека, она является главным элементом отображением эмоций и чувств. Позитивные эмоции, например, любовь или удивление, распознать намного легче, чем негативные, к которым можно отнести отвращение или гнев. Эмоции по-разному отражаются на правой и левой стороне лица, ведь левое и правое полушарие мозга выполняют разные функции: правое совершает управление эмоциональной сферой, а левое отвечает за интеллектуальные функции.

Эмоции выражаются в мимике таким образом:

- Гнев - широко открытые глаза, опущенные уголки губ, «прищуренный» взгляд, сжатые зубы;
- Удивление – приоткрытый рот, широко открытые глаза и поднятые брови, опущенные кончики губ;
- Страх – сведенные брови, растянутые губы с опушенными и отведенными вниз уголками;
- Счастье – спокойный взгляд, приподнятые, отведенные назад уголки губ;
- Печаль – «угасший» взгляд, опущенные уголки губ, сведенные брови.

Визуальный контакт

Этот метод невербального общения помогает демонстрировать заинтересованность в беседе и лучше понимать смысл сказанного. Во время разговора два человека вместе создают и регулируют степень комфорта, периодически встречаясь взглядом и отводя его в сторону. Пристальный взгляд может, как сформировать доверие, так и породить дискомфорт.

Приятные общие темы поддерживают зрительный контакт, а негативные запутанные вопросы заставляют отводить взгляд в сторону, демонстрируя несогласие и неприязнь.

Особенности визуального контакта позволяют делать выводы о степени заинтересованности в диалоге и отношении к собеседнику:

- Восхищение – долгий зрительный контакт, спокойный взгляд;
- Возмущение – пристальный, навязчивый, несколько тревожный взгляд, длительный зрительный контакт без пауз;
- Расположение – внимательный взгляд, зрительный контакт с паузами каждые 10 секунд;
- Неприязнь – избегание зрительного контакта, «закатывание» глаз.
- Ожидание – резкий взгляд в глаза, приподнятые брови.

Интонация и тембр голоса

Правильно понимать интонацию и тембр голоса означает научиться «читать между строк» послание другого человека. К таким особенностям можно отнести частые паузы, незаконченные предложения и их построение, силу и высоту голоса, а также скорость речи.

- Волнение – низкий тон голоса, быстрая обрывистая речь;
- Усталость – низкий тон голоса, понижение интонации к концу предложения;
- Энтузиазм – высокий тон голоса, четкая уверенная речь;
- Высокомерие – медленная речь, ровная монотонная интонация;
- Неуверенность – ошибки в словах, частые паузы, нервный кашель.

Жесты и позы

Чувства и установки людей можно определить по манере сидеть или стоять, по набору жестов и отдельных движений. Людям легче и приятней общаться с теми, кто обладает экспрессивной моторикой оживленным расслабленным выражением лица. Яркие жесты отображают позитивные эмоции и располагают к искренности и доверию. При этом чрезмерная жестикуляция, часто повторяющиеся жесты могут говорить о внутреннем напряжении и неуверенности в себе.

Невербальное общение становиться доступным, а уровень взаимопонимания увеличивается, если вы понимаете позы и жесты вашего собеседника.

- Критичность – одна рука возле подбородка с вытянутым указательным пальцем вдоль щеки, вторая рука поддерживает локоть;
- Позитивность – корпус тела, голова немного наклонены вперед, рука немного касается щеки;
- Недоверие – ладонь прикрывает рот, выражая несогласие;
- Скука – голова подперта рукой, корпус расслаблен и немного согнут;
- Превосходство – положение сидя, ноги одна над другой, руки за головой, веки немного прикрыты;
- Неодобрение – неспокойные движения, встряхивание «ворсинок», расправление одежды, одергивание брюк либо юбки;
- Неуверенность – почесывание либо протирание ушей, обхватывание одной рукой локтя другой руки;
- Открытость – руки раскинуты в стороны ладонями вверх, плечи расправлены, голова «смотрит» прямо, корпус расслаблен;

Межличностное пространство

Расстояние между собеседниками играет важную роль в налаживании контакта, понимания ситуации общения. Часто люди выражают свое отношение такими категориями как «держаться оттуда подальше» или «хочу быть ближе к нему». Если люди заинтересованы друг другом, разделяющее их пространство уменьшается, они стремятся находиться поближе. Для лучшего понимания этих особенностей, а также для того, чтобы правильно разграничивать ситуации и рамки контакта, следует знать основные пределы допустимого расстояния между собеседниками:

Интимное расстояние (до 0,5 м) – интимные доверительные отношения между близкими людьми, друзьями. Также может быть допустимо в спорте, где допустимым является телесное соприкосновение.

Межличностное расстояние (от 0,5м – до 1,2 м) – комфортное расстояние во время дружественной беседы, где допускаются прикосновения друг к другу.

Социальное расстояние (от 1,2м – до 3,7м) – неформальное взаимодействие в социуме, во время деловой встречи. Чем больше расстояние, вплоть до крайней границе, тем отношения формальней.

Публичное расстояние (более 3,7м) – комфортное расстояние для лектора, который совершает публичное выступление перед большой группой людей.

Такие рамки расстояний и их значимость зависит от возраста, пола человека, его личностных особенностей. Детям комфортно находится на более близком расстоянии от собеседника, а подростки закрываются и желают отстраниться от других. Женщины любят более близкие расстояния, независимо от пола их собеседника. Уравновешенные, уверенные в себе люди не обращают особого внимания на расстояние, тогда как нервные тревожные люди стараются находиться в отдалении от других.

Как вербальные языки отличаются друг от друга в зависимости от типа культур, так и невербальный язык одной нации отличается от невербального языка другой нации.

В то время как какой-то жест может быть общепризнанным и иметь четкую интерпретацию у одной нации, у другой нации он может не иметь никакого обозначения или иметь совершенно противоположное значение.

Одной из наиболее серьезных ошибок, которую могут допустить в изучении невербального общения, является стремление выделить один жест и рассматривать его изолированно от других жестов и обстоятельств, поэтому следует помнить, что интерпретировать отдельно взятый жест без совокупности других сигналов тела, значит, ввести себя в заблуждение. Поэтому, прежде чем сделать конкретные выводы, нужно учесть все нюансы поведения собеседника, а также его физическое и психологическое состояние.

Невербальная коммуникация в средствах массовой информации (СМИ) является важным аспектом передачи информации, которая зачастую остается незамеченной, но играет ключевую

роль в восприятии и интерпретации контента. Невербальные элементы, такие как жесты, мимика, интонация голоса и визуальные образы, создают дополнительный слой смысла и могут значительно влиять на аудиторию.

Жесты и мимика ведущих новостных программ или интервьюеров могут передавать эмоции и намерения без слов. Например, уверенная поза или улыбка может внушать доверие зрителям, тогда как напряженное лицо может вызвать обеспокоенность или недоверие.

Интонация голоса также является мощным инструментом невербальной коммуникации. Она способна изменять смысл произносимых слов: одна и та же фраза может звучать как утверждение или вопрос в зависимости от тональности. Это особенно важно в радио-эфирах, где отсутствует визуальная составляющая.

Визуальные образы в СМИ — будь то фотографии в печатных изданиях или видеоматериалы на телевидении — содержат множество невербальных знаков. Композиция кадра, цветовая гамма и даже угол съемки могут создавать определенное настроение или акцентировать внимание на конкретных деталях.

Таким образом, невербальная коммуникация является неотъемлемой частью медиапространства. Она помогает глубже понять содержание сообщений и формирует эмоциональную связь между источником информации и аудиторией. В условиях постоянно растущего потока информационного контента способность эффективно использовать невербальные элементы становится важным навыком для профессионалов СМИ.

Тема лекционного занятия:
Раздел 3. Диагностика субъективной реальности
Тема 3.2. Категории «активного слушания» и «игнорирования».
Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о техниках активного слушания и игнорирования и их использовании в медиа.
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Банальна истина, что умение слушать является важнейшим условием и залогом продуктивного общения. Иногда слушание понимают как пассивное поведение в разговоре, т. е. «неговорение». В таком случае в диалоге, пока один из партнеров говорит, другой лишь в лучшем случае молча ожидает перерыва в его речи и, как только тот замолкает, начинает говорить о своих проблемах, а в худшем случае перебивает партнера. Вспомните случаи из своей жизни, когда общение происходило именно по этой схеме, и вспомните чувство, которое возникало у вас в этих случаях. Хотелось ли вам продолжать разговор о своих проблемах, особенно если эти проблемы для вас важны? Возникало ли у вас чувство доверительности общения и что вы нужны своему партнеру? Наверно, ответ будет отрицательным. Почему же так происходило? Вспомните и другие случаи, когда вас слушали таким образом, что вам хотелось говорить с этим человеком снова и снова, когда у вас после разговора с ним возникало чувство облегчения, чувство своей значимости, нужности.

Все дело, наверное, в том, что слушание — это не только молчание, а процесс более сложный, активный, в ходе которого каким-то образом устанавливаются невидимые связи между людьми, возникает то ощущение взаимопонимания, которое делает эффективным любое общение.

Вообще в процессе речевого взаимодействия происходит передача информации от одного партнера к другому, которая может быть выражена в такой схеме: передача информации (говорящий кодирует информацию в словах) — (слушающий раскодирует слова, извлекает информацию) понимание информации.

Одним из наиболее важных моментов в любом слушании является момент обратной связи, благодаря которому у собеседника и создается ощущение, что он говорит не в пустоту, а с живым человеком, который слушает и понимает его. Причем в любом высказывании существует по крайней мере два содержательных уровня: уровень информационный и уровень эмоциональный. В этой связи обратная связь тоже может быть двух видов — отражение информации и отражение чувств говорящего.

Реакции слушателя, приемы слушания бывают следующие:

1. Глухое молчание (видимое отсутствие реакции).
2. Поддакивание («ага», «угу», «да-да», «ну», кивание подбородком).
3. «Эхо-реакция» — повторение последнего слова собеседника.
4. «Зеркало» — повторение последней фразы собеседника с изменением порядка слов.
5. «Парафраз» — передача содержания высказывания партнера другими словами.
6. Побуждение («Ну и... И что дальше?»).
7. Уточняющие вопросы («Что ты имел в виду?»).
8. Наводящие вопросы: (Что? где? когда? почему? зачем?)
9. Оценки, советы.
10. Продолжение (когда слушатель вклинивается в речь и пытается завершить фразу, подсказывает слова).
11. Эмоции («ух», «ах», «здорово», смех, скорбная мина).
12. Нерелевантные высказывания (не относящиеся к делу или относящиеся лишь формально).
13. Логические следствия из высказываний партнера, например, предположение о причине события.
14. «Хамовитые реакции» («Глупость», «Ерунда все это!»)
15. Расспрашивание (задает вопрос за вопросом, не объясняя цели).
16. Пренебрежение к партнеру (не обращает на его слова внимания, не слушает, игнорирует партнера, его слова). Обычно в слушании проявляется три такта: поддержка — уяснение — комментирование. На этапе поддержки основная цель: дать возможность человеку выразить свою позицию. Уместные реакции слушателя на этом этапе: молчание, поддакивание, «эхо», «эмоциональное сопровождение». На этапе «уяснения»: цель — убедиться, что вы правильно поняли собеседника. Для этого задают уточняющие, наводящие вопросы, делается парафраз. На этапе «комментирования» слушатель высказывает свое мнение по поводу услышанного: дает советы, оценки, комментарии.

Можно выделить следующие виды слушания: пассивное слушание, активное слушание, эмпатическое слушание.

Вид слушания, в котором на первый план выступает отражение информации, называют активным слушанием. Наиболее общепринятыми приемами, характеризующимися активное слушание, является постоянные уточнение правильности понимания информации, которую хочет донести до вас собеседник, путем задавания уточняющих вопросов типа: «Правильно я вас понял, что?..», парафразов: «Таким образом, ты хочешь сказать...» или «Другими словами, ты имел в виду...». Применение таких простых приемов общения позволяет достичь сразу две цели:

1. Обеспечивается адекватная обратная связь, у вашего собеседника появляется уверенность в том, что передаваемая им информация правильно понята.
2. Вы косвенным образом информируете собеседника о том, что перед ним не ребенок, которому можно указывать, и не «диктофон», в который можно диктовать свои мысли и рассуждения, а равный ему партнер. Занятие вами равной партнерской позиции означает, что оба собеседника должны нести ответственность за каждое свое слово. Эта цель достигается быстрее первой, особенно в тех случаях, когда вы имеете дело с авторитарным, жестким собеседником, привыкшим общаться с позиции «на пьедестале». Применение навыков активного слушания очень поможет вам, если вам свойственна позиция «жертвы», так как это применение не только сбивает с привычной позиции авторитарного собеседника, но и поднимает вас до уровня разного

разговора, дает возможность сосредоточиться на существенных моментах разговора, а не на собственных переживаниях и опасениях.

Активное слушание незаменимо в деловых переговорах, в ситуациях, когда ваш партнер по общению равен вам или сильнее вас, а также в конфликтных ситуациях, когда собеседник ведет себя агрессивно или демонстрирует свое превосходство. Это очень хорошее средство успокоиться и настроиться самому (и настроить собеседника) на деловую волну, если у вас возникает желание надерзить вашему партнеру, развить начавшийся конфликт.

Типичной ошибкой людей при применении активного слушания является чисто формальное следование правилам, без реального отражения содержания разговора. В таких случаях человек задает «нужный» вопрос: «Правильно ли я вас понял, что...», но, не услышав ответа, продолжает развивать свои аргументы в пользу своей собственной точки зрения, игнорируя фактически точку зрения собеседника. Потом такой человек удивляется, что «Техника активного слушания» не работает: «Я же сказал: «Если я вас правильно понял, то...», а мы все равно не поняли друг друга, и собеседник стал злиться на меня. За что?»

Дело в том, что активное слушание, как и всякое слушание, подразумевает постоянное осознание своих «Я-слушаний», и только при наличии фильтра «Я хочу тебя понять» или отсутствии всяких фильтров вообще активное слушание будет работать. Приемы активного слушания работают только тогда, когда вы учитываете ситуацию, содержание разговора и эмоциональное состояние собеседника. Активное слушание имеет смысл применять только в тех случаях, когда ваш партнер, как минимум, равен вам. Бывает, однако, что приходится слушать человека, находящегося в состоянии эмоционального аффекта, в состоянии сильного эмоционального возбуждения, и в этом случае приемы активного слушания не сработают. Ваш; собеседник и не является в прямом смысле собеседником, он сейчас всего лишь человек, который не контролирует свои эмоции, не способен улавливать содержание разговора. Ему надо только одного — успокоиться, прийти в состояние нормального самоконтроля, только после этого с ним можно общаться «на равных». В таких случаях эффективно работает так называемое пассивное слушание.

Тут важно просто слушать человека, просто давать ему понять, что он не один, что вы его слушаете, понимаете и готовы поддержать. Лучше всего при этом действует так называемая «угу-реакция»: «да-да, угу-угу, ну конечно» и т. п. Дело в том, что эмоциональное состояние человека подобно маятнику: дойдя до высшей точки эмоционального накала, человек начинает «спускаться», успокаиваться; затем сила его чувств опять увеличивается, дойдя до высшей точки, она снова падает и т. д. Если не вмешиваться в этот процесс, не «раскачивать» маятник дополнительно, то, выговорившись, человек успокоится, и, почувствовав это, вы уже можете общаться с ним нормально. Не молчите, потому что глухое молчание у любого человека вызывает раздражение, а у возбужденного человека это раздражение будет усилено. Не задавайте ему уточняющих вопросов, потому что вопрос: «Ты хочешь сказать, что она тебе сказала то-то и то-то?», заданный в ответ на реплику: «И ты представляешь, тут она мне говорит... а я ей отвечаю...», только вызовет взрыв негодования у вашего партнера. Не говорите партнеру: «Успокойся, не волнуйся, все уладится», — он этих слов адекватно понять не может, они его возмущают, ему кажется, что его проблему недооценивают, что его не понимают. Иногда в таких случаях полезно «пристроиться» к партнеру, повторять его слова, эмоции, движения, т. е. вести себя как он, быть как бы им, разделять его чувства. Но, если для вас сложно сделать это естественно, лучше и не пытаться повторять действия, слова эмоционального партнера, т.к он, заметив вашу неискренность, оценит ваши действия как издевательство над его чувствами.

Если эмоции партнера направлены на вас, главная задача — не заразиться от собеседника его эмоциями, не впасть в то же эмоциональное состояние, которое уж точно приведет к бурному конфликту, «выяснению отношений». Ваше «Я-слушание» в этом случае можно было бы назвать словом «обида» (в этом случае вы обиделись, вам показалось, что вас обвинили в чем-то) или словами «Все равно я прав» (высказанное вам в эмоциональном тоне замечание было воспринято

вами как еще одна угроза и вызвало желание дополнительно утвердиться в том, что вы правы — и вы начали бурно это доказывать).

Пассивное слушание на самом деле требует определенной душевной работы, работы по осознанию своих «Я-слушаний». Приемы пассивного слушания будут действенными только в том случае, если вы предварительно осознаете, какое «Я-слушание» у вас в данный момент, способны ли вы без искажающих фильтров услышать ту эмоцию, которая сейчас доминирует у вашего партнера, не относя ее к себе, не заражаясь ею, не реагируя на нее личностно. Если да, то ваше слушание будет успешным, если же нет, то вы всего лишь поддадитесь тому эмоциональному напору, который исходит от вашего собеседника, и фактически явитесь объектом его манипулирования.

Давайте подумаем, зачем вы рассказываете кому-то о своих проблемах? Может быть, чтобы выслушать совет, как вам вести себя в сложившейся ситуации? Или для того, чтобы вас оценили, сказали, правильно ли вы ведете себя? Или, может быть для того, чтобы услышать, как вел себя собеседник в аналогичной ситуации? Наверно, все же нет. Если вы посмотрите на себя откровенно, то поймете, что главное в таких случаях — желание, чтобы вас поняли, разделили с вами те чувства, те переживания, которые вы испытываете. Так главное, видимо, именно в этом — в понимании чувств собеседника и сопереживании ему. Именно в этом и состоит секрет хорошего слушания, такого, которое дает другому человеку облегчение, и, как это ни неожиданно, открывает ему новые пути для понимания самого себя. Таким образом, эмпатическое слушание позволяет переживать те же чувства, которые переживает собеседник, отражать эти чувства, понимать эмоциональное состояние собеседника и разделять его. При эмпатическом слушании не дают советов, не стремятся оценить говорящего, не морализуют, не критикуют, не поучают.

Случалось ли, что вас игнорировали члены семьи, друзья, коллеги, близкие? Многие согласятся, что игнорирование очень сложно переносить. Многие чувствуют себя беспомощными, испытывают вину (часто задача манипулятора - сформировать именно чувство вины), не понимают, что происходит.

Игнорирование как способ манипуляции - это стратегия взаимодействия, при которой человек пренебрегает вниманием к другому лицу, чтобы оказать психологическое давление, контролировать ситуацию или достичь своих целей.

Как может проявляться игнорирование?

Человек может игнорировать другого, не отвечая на его сообщения, игнорируя его присутствие или просто не обращая на него внимания.

Это может вызывать у другого человека чувство ненужности, отверженности, а также страх потери контакта.

Часто игнорирование используется как способ контроля над ситуацией. Человек, игнорируя другого, может стремиться вызвать у него чувство вины, страха или беспокойства, чтобы добиться желаемого реагирования. Это также может быть способом обратить на себя внимание или манипулировать чувствами другого человека.

Суть игнорирования как манипуляции заключается в том, что это не просто отсутствие общения или внимания, а целенаправленное действие, направленное на изменение поведения или эмоционального состояния другого человека.

Для детей игнорирование - один из ужасных способов наказания.

Дети очень чувствительны к отсутствию внимания, поэтому игнорирование взрослого может вызвать у ребенка чувство беспокойства, ненужности, одиночества и даже вины за то, что он испытывает какие-то негативные эмоции.

Когда дети постоянно игнорируются взрослыми, это влияет на их самооценку и уверенность в себе. Ребенок может начать сомневаться в своей ценности, чувствовать себя неважным и непринятым.

Когда меня игнорирует значимый человек возникает чувство, что меня нет.

Это может стать причиной развития комплексов неполноценности, стресса и даже депрессии в более позднем возрасте.

Более того, игнорирование детей взрослыми может сказаться на формировании их отношений с окружающими в будущем. Ребенок, которого часто игнорировали в детстве, может испытывать трудности в установлении здоровых границ в отношениях, проявлении эмоций и общении с другими людьми.

Поэтому для воспитателей и родителей важно осознавать воздействие игнорирования на детей и стараться активно взаимодействовать с ними, выражая свою поддержку, заботу, проявлять внимание и любовь.

Для взрослых - для преодоления манипулятивных ситуаций, связанных с игнорированием, важно научиться распознавать подобные методы воздействия, устанавливать границы в отношениях и стремиться к открытому общению. Психологическая поддержка и работа над укреплением границ также могут помочь не поддаваться на манипуляции и развить здоровые и гармоничные отношения с окружающими.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Тема занятия:

Раздел 1. Субъективная реальность
Тема 1.1. Когнитивная карта как субъективная модель реальности
Тема 1.2. Фильтры восприятия

Формы практических заданий: реферат, контрольная работа

Темы рефератов:

1. Психогеометрический тест: применение в рекламе
2. Текст как отражение субъективной реальности в рекламе
3. Отражение субъективной реальности личности в лексико-грамматических категориях рекламного текста.
4. Акценты: повторы, ключевые фразы в рекламных текстах.
5. Технологии выделение мета-структуры рекламного текста.
6. Личностный фильтр в рекламе и связях с общественностью.
7. Точки самостоятельного выбора. Абрахам Маслоу, «пирамида потребностей» и идея самоактуализации.
8. Ж.-П. Сартр, соотношение существования и сущности.
9. Выбор и его последствия .в рекламе и связях с общественностью..
10. «Тревога Авраама» в рекламе и связях с общественностью..

Вопросы к контрольной работе:

1. Когнитивная карта как знаковая система.
2. Категория знака. Виды знаков. Структура знака.
3. Семантика цвета. Базовые объекты и семы для основных цветов.
4. Семантика пространства: лево и право, верх и низ, «впереди» и «сзади».
5. Семантика центра.
6. Семантика направления: вертикаль, горизонталь, крест.

7. Семантика формы.
8. Психогеометрический тест: значение базовых геометрических фигур.
9. Синдромы патологии коммуникации, связанные с неразличением «карты» и «территории».
10. Адекватное и иллюзорное восприятие действительности.
11. Иллюзии восприятия.
12. Соотношение понятий «субъективная» и «иллюзорная» реальность.

Тема занятия:

Раздел 2. Подходы к описанию субъективной реальности
Тема 2.1 Бихевиоральный подход в коммуникации
Тема 2.2. Психоаналитический подход в коммуникации

Формы практических заданий: реферат, контрольная работа

Темы рефератов:

1. «Синдром Герострата» в рекламе.
2. Эффективный механизм использования отрицательного подкрепления в рекламе и пиаре.
3. Алгоритмы формирования потребительского поведения с использованием подкрепления: простой и развернутый.
4. Использование сформированных якорей как формы подкрепления.
5. Оценка и подкрепление в практике современной коммуникации.
6. Альфред Адлер: его концепции, возможность использования в рекламе и пиар
7. Карл Густав Юнг: его концепции, возможность использования в рекламе и пиар
8. Эрик Берн: его концепции, возможность использования в рекламе и пиар
9. Классификация типов личности Г. Айзенка
10. Конституциональная типология темперамента У.Шелдона

Вопросы к контрольной работе:

1. Бихевиоризм как направление в мировой психологии.
2. Основные принципы бихевиоризма.
3. Уотсон и Скиннер, их личность и основные идеи.
4. Условный и безусловный рефлекс.
5. Условный рефлекс как основа нежелательного поведения.
6. Фобии как результат генерализации стимула.
7. Шокеры и стопперы в журналистике и рекламе.
8. Категория якоря. Якорь как одна из форм условного рефлекса. Якорение как техника воздействия.
9. Алгоритм якорения. Виды якорей.
10. Понятие подкрепления. Подкрепление как основа формирования поведения. Положительное и отрицательное подкрепление.
11. Принципы использования подкрепления для изменения поведения: объективность, своевременность и минимальная достаточность.
12. Психоаналитический подход в коммуникации. З. Фрейд, основные вехи жизни и представления о личности человека.
13. Топографическая модель личности. «Барьер вытеснения».
14. Структурная модель личности, основные элементы, их содержание и принципы функционирования.
15. Механизмы психологической защиты личности. Виды психологической защиты личности.

16. Адекватная и неадекватная защиты. Адекватность защиты и «сила эго».

Тема занятия:

Раздел 3. Диагностика субъективной реальности
Тема 3.1. Телесная активность как отражение субъективной реальности
Тема 3.2. Категории «активного слушания» и «игнорирования».

Формы практических заданий: реферат, контрольная работа

Темы рефератов:

1. Структура калибровочного паттерна.
2. Примеры калибровочного паттерна.
3. Паттерны согласия, сопротивления, зависания.
4. Верификация калибровочного паттерна.
5. Паттерны в рекламе и пиар
6. Десять моделей интервью с использованием вопросов.
7. Эмпатическое слушание.
8. Прояснение чувств собеседника.
9. Выражение поддерживающих чувств коммуникатора.
10. Уместное и неуместное эмпатическое слушание.

Вопросы к контрольной работе:

1. Макропризнаки. Использование поз и жестов для диагностики включенности и открытости коммуникации.
2. Дистанция коммуникации. Ближняя и дальняя эффективные дистанции.
3. Направленность коммуникации. Индикаторы направленности. Виды направленности и позиции в общении.
4. Микропризнаки. Категория микропризнака.
5. Калибровка как инструмент диагностики субъективной реальности личности. Отбор и использование микропризнаков при калибровке.
6. Калибровочный паттерн.
7. Игнорирование непроизвольное и инструментальное. Основные формы игнорирования.
8. Причины и мотивы игнорирования.
9. Активное слушание. Понятие раппорта.
10. Оптимальная плотность взаимодействия, ее параметры.
11. Отзеркаливание партнера.
12. Техники разрыва раппорта.
13. Рефлексивное слушание. Виды и техники пересказа.

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	**Вид самостоятельной работы**
Модуль 1 (Семестр 8)	
Раздел 1. Субъективная реальность	Подготовка реферата
	Подготовка к контрольной работе
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы

Раздел 2. Подходы к описанию субъективной реальности	Подготовка реферата
	Подготовка к контрольной работе
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 3. Диагностика субъективной реальности	Подготовка реферата
	Подготовка к контрольной работе
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1:

1. Что такое адекватное и иллюзорное восприятие действительности?
2. Каковы базовые иллюзии восприятия?
3. В чем отличия иллюзии от категоризации опыта.
4. Основная структура иллюзии.
5. Каково соотношение понятий «субъективная» и «иллюзорная» реальность?

Перечень тем рефератов к Разделу 1:

1. Психогеометрический тест: применение в рекламе
2. Текст как отражение субъективной реальности в рекламе
3. Отражение субъективной реальности личности в лексико-грамматических категориях рекламного текста.
4. Акценты: повторы, ключевые фразы в рекламных текстах.
5. Технологии выделение мета-структуры рекламного текста.
6. Личностный фильтр в рекламе и связях с общественностью.
7. Точки самостоятельного выбора. Абрахам Маслоу, «пирамида потребностей» и идея самоактуализации.
8. Ж.-П. Сартр, соотношение существования и сущности.
9. Выбор и его последствия .в рекламе и связях с общественностью..
10. «Тревога Авраама» в рекламе и связях с общественностью..

Вопросы к контрольной работе к Разделу 1:

1. Когнитивная карта как знаковая система.
2. Категория знака. Виды знаков. Структура знака.
3. Семантика цвета. Базовые объекты и семы для основных цветов.
4. Семантика пространства: лево и право, верх и низ, «впереди» и «сзади».
5. Семантика центра.
6. Семантика направления: вертикаль, горизонталь, крест.
7. Семантика формы.
8. Психогеометрический тест: значение базовых геометрических фигур.
9. Синдромы патологии коммуникации, связанные с неразличением «карты» и «территории».
10. Адекватное и иллюзорное восприятие действительности.
11. Иллюзии восприятия.

12. Соотношение понятий «субъективная» и «иллюзорная» реальность.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2:

1. В чем отличие подкрепления от поощрения и наказания?
2. Почему можно говорить про относительность подкрепления?
3. Каковы факторы, определяющие относительность подкрепления?
4. Каковы принципы использования подкрепления для изменения поведения?
5. В чем последствия нарушения каждого принципа?

Перечень тем рефератов к Разделу 2:

1. «Синдром Герострата» в рекламе.
2. Эффективный механизм использования отрицательного подкрепления в рекламе и пиаре.
3. Алгоритмы формирования потребительского поведения с использованием подкрепления: простой и развернутый.
4. Использование сформированных якорей как формы подкрепления.
5. Оценка и подкрепление в практике современной коммуникации.
6. Альфред Адлер: его концепции, возможность использования в рекламе и пиар
7. Карл Густав Юнг: его концепции, возможность использования в рекламе и пиар
8. Эрик Берн: его концепции, возможность использования в рекламе и пиар
9. Классификация типов личности Г. Айзенка
10. Конституциональная типология темперамента У.Шелдона

Вопросы к контрольной работе по Разделу 2:

1. Бихевиоризм как направление в мировой психологии.
2. Основные принципы бихевиоризма.
3. Уотсон и Скиннер, их личность и основные идеи.
4. Условный и безусловный рефлекс.
5. Условный рефлекс как основа нежелательного поведения.
6. Фобии как результат генерализации стимула.
7. Шокеры и стопперы в журналистике и рекламе.
8. Категория якоря. Якорь как одна из форм условного рефлекса. Якорение как техника воздействия.
9. Алгоритм якорения. Виды якорей.
10. Понятие подкрепления. Подкрепление как основа формирования поведения. Положительное и отрицательное подкрепление.
11. Принципы использования подкрепления для изменения поведения: объективность, своевременность и минимальная достаточность.
12. Психоаналитический подход в коммуникации. З. Фрейд, основные вехи жизни и представления о личности человека.
13. Топографическая модель личности. «Барьер вытеснения».
14. Структурная модель личности, основные элементы, их содержание и принципы функционирования.
15. Механизмы психологической защиты личности. Виды психологической защиты личности.
16. Адекватная и неадекватная защиты. Адекватность защиты и «сила эго».

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 3:

1. Что из себя представляют категории «активного слушания» и «игнорирования»?
2. Игнорирование непроизвольное и инструментальное: в чем разница?
3. Каковы основные формы игнорирования?
4. Что такое активное слушание?
5. Какова оптимальная плотность взаимодействия, ее параметры?

Перечень тем рефератов к Разделу 3:

1. Структура калибровочного паттерна.
2. Примеры калибровочного паттерна.
3. Паттерны согласия, сопротивления, зависания.
4. Верификация калибровочного паттерна.
5. Паттерны в рекламе и пиар
6. Десять моделей интервью с использованием вопросов.
7. Эмпатическое слушание.
8. Прояснение чувств собеседника.
9. Выражение поддерживающих чувств коммуникатора.
10. Уместное и неуместное эмпатическое слушание.

Вопросы к контрольной работе по Разделу 3:

1. Макропризнаки. Использование поз и жестов для диагностики включенности и открытости коммуникации.
2. Дистанция коммуникации. Ближняя и дальняя эффективные дистанции.
3. Направленность коммуникации. Индикаторы направленности. Виды направленности и позиции в общении.
4. Микропризнаки. Категория микропризнака.
5. Калибровка как инструмент диагностики субъективной реальности личности. Отбор и использование микропризнаков при калибровке.
6. Калибровочный паттерн.
7. Игнорирование непроизвольное и инструментальное. Основные формы игнорирования.
8. Причины и мотивы игнорирования.
9. Активное слушание. Понятие раппорта.
10. Оптимальная плотность взаимодействия, ее параметры.
11. Отзеркаливание партнера.
12. Техники разрыва раппорта.
13. Рефлексивное слушание. Виды и техники пересказа.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Направление подготовки
«42.03.02 Журналистика»

Направленность
«Журналистика»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При

неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос — это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
Раздел 1. ПОНЯТИЕ, ТЕОРИИ И МОДЕЛИ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ	
Тема 1.1. Понятие и теории медиаобразования	*Понятие медиаобразования. Причины актуальности медиаобразования в современном мире. Задачи медиаобразования. Основные направления медиаобразования. Связь медиаобразования с другими отраслями гуманитарного знания. Особенности методики проведения занятий по медиаобразованию. Понятие медиаграмотности и медиакомпетентности. Методические подходы к медиаобразованию в России и за рубежом. Связь медиаобразования и медиакультуры. Глобальные социокультурные процессы. Основные теории медиаобразования. Протекционистская теория. Этическая теория. Теория критического мышления. Идеологическая теория. Экологическая теория. Теория удовлетворения потребностей. Практическая теория. Культурологическая теория. Эстетическая теория. Семиотическая теория. Социокультурная теория.*
Тема 1.2. Модели медиаобразования	Модели медиаобразования и их разновидности. Образовательно-информационные модели. Воспитательно-этические модели. Практико-утилитарные модели.

	Эстетические модели. Социокультурные модели. Медиаобразовательная модель Ю.Н. Усова. Медиаобразовательная модель Г.А. Поличко. Медиаобразовательная модель С.Н. Пензина. Медиаобразовательная модель О.А. Баранова. Медиаобразовательная модель А.В. Шарикова. Медиаобразовательная модель Л.С. Зазнобиной. Медиаобразовательная модель А.В. Спичкина. Медиаобразовательная модель Е.Л. Вартановой и Я.Н. Засурского. Медиаобразовательная модель Н.А. Леготиной. Медиаобразовательная модель Л. Мастермана. Медиаобразовательная модель Силверблэта. Медиаобразовательная модель Бэзэлгэт. Медиаобразовательная модель Дж Поттера. Канадская медиаобразовательная модель. Концептуальная основа моделей. Цели и задачи образования в каждой модели. Типичные организационные формы и методы каждой модели. Разделы образовательных программ и области применения.
Раздел 2. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ	
Тема 2.1. Исторические этапы развития медиаобразования в России	*История возникновения и развития медиаобразования в России. Особенности развития медиаобразования в России на разных исторических этапах. Основные направления деятельности ведущих медиапедагогов. Основные проблемы и тенденции современного этапа развития медиаобразования в России. Зарождение и начало медиаобразования в России (1900-1934 г.г.). Медиаобразование в эпоху тоталитаризма (1935-1955 г.г.). Период либерализации медиаобразования (1956 -1968 г.г.). Эпоха эстетического медиаобразования (1969-1985 г.г.). Переходный этап медиаобразования в эпоху перестройки (1986-1991 г.г.). Медиаобразование в России на рубеже веков (1992 – 2015 г.г.). Медиаобразование в России на современном этапе развития (2016 – по наст. вр.).*
Тема 2.2. Исторические этапы развития медиаобразования в зарубежных странах	*История возникновения и развития медиаобразования за рубежом. Особенности развития медиаобразования за рубежом на разных исторических этапах. Основные направления деятельности ведущих зарубежных медиапедагогов.* Основные проблемы и тенденции современного этапа развития медиаобразования в зарубежных странах. Становление медиаобразования в зарубежных странах в 20-х – 40-х годах 20 в. Период развития медиаобразования в 50-е – 60-е годы 20 в. Тенденции развития медиаобразования в 70-х – 80-х годах 20 в. Новые ориентиры в зарубежном образовании на

	рубеже 20-21 веков. Современный этап развития медиаобразования за рубежом.

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации

могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ, ТЕОРИИ И МОДЕЛИ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

Тема 1.1. Понятие и теории медиаобразования

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие медиатекста. Структура медиатекста. Креолизованный медиатекст. Медиатекст как гипертекст и мультимедиатекст.
2. Понятие медиадискурса. Проблемы классификации типов медиадискурса. Интенциональная конфигурация медиадискурса: информационный, публицистический и развлекательный типы дискурсов.

3. Язык медиа. Языковая культура СМИ. Диалогичность медиатекста: коммуникативные отношения автор — читатель. Язык медиатекста как отражение авторского сознания. Языковая игра в СМИ. Нарушение языковых норм прессой: за и против. Проблема западнизации языка современных российских масс-медиа

Тема 1.2. Модели медиаобразования

Вопросы для самоподготовки:

1. Теоретические основы медиаобразования, место и роль медиа и медиаобразования в современном мире.
2. Основные термины, теории, ключевые концепции, направления медиаобразования
3. Теория «диалога культур» М.М.Бахтина – В.С.Библера и ее роль в развитии медиаобразования
4. Принципы реализации медиаобразования. Основные факторы успешности современного медиаобразования

РАЗДЕЛ 2. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Тема 2.1. Исторические этапы развития медиаобразования в России

Вопросы для самоподготовки:

1. Становление и эволюция медиаобразования в России.
2. Медиаобразование в США, Канаде, Австралии, Великобритании, Франции и Германии в 20-х– 30-х, 40-х–50-х, 60-х-70-х, 80-х-90-х годах XX века.

Тема 2.2. Исторические этапы развития медиаобразования в зарубежных странах

Вопросы для самоподготовки:

1. Роль ЮНЕСКО и Совета Европы в процессе медиаобразования. Международные конференции по медиаобразованию.
2. Современные тенденции зарубежного медиаобразования.

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ, ТЕОРИИ И МОДЕЛИ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

Тема 1.1. Понятие и теории медиаобразования

Не предусмотрены

Тема 1.2. Модели медиаобразования

Не предусмотрены

РАЗДЕЛ 2. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Тема 2.1. Исторические этапы развития медиаобразования в России

Не предусмотрены

Тема 2.2. Исторические этапы развития медиаобразования в зарубежных странах

Не предусмотрены

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «**Методические основы медиаобразования в современном мире**» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников

определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней

странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного

объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;

– в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;

– знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;

– свободное владение терминологией;

– ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;

– единичные ошибки в терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;

– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;

– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

– незнание терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при

изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ
2. Тема лекционного занятия.
Раздел 1. ПОНЯТИЕ, ТЕОРИИ И МОДЕЛИ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ
Тема 1.1. Понятие и теории медиаобразования
3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний этапов проектирования коммуникативных компаний.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	*Понятие медиаобразования. Причины актуальности медиаобразования в современном мире. Задачи медиаобразования*	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Раздел 1. ПОНЯТИЕ, ТЕОРИИ И МОДЕЛИ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ
Тема 1.1. Понятие и теории медиаобразования
Текст лекции

Анализ изученной научной литературы показывает, что в западных источниках можно найти различные определения медиаобразования и медиаграмотности.

Вот как, к примеру, трактуется понятие ***«медиаобразование» (media education, education aux medias, medienpadagogik, educacion para los medi os)***:

«Под ***медиаобразованием (media education)*** следует понимать обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации, рассматриваемыми как часть специфической, автономной области знаний в педагогической теории и практике; его следует отличать от использования медиа как вспомогательных средств в преподавании других областей знаний, таких, как, например, математика, физика или география» [UNESCO, 1984, p.8].

«Центральная и объединяющая ***концепция медиаобразования (media education)*** – репрезентация (representation). Медиа не отражает реальность, а репрезентирует (представляет) ее. Главная цель медиаобразования – «денатурализация» медиа.

Медиаобразование в первую очередь – исследовательский процесс. Медиаобразование базируется на ключевых концепциях (key concepts), которые в большей степени являются аналитическими инструментами, чем альтернативным содержанием. Ключевые концепции включают: denotation (обозначение), connotation (ассоциацию), genre (жанр), selection (отбор), nonverbal communication (невербальную коммуникацию), media language (язык медиа), naturalism and realism (естественность и реальность), audience (аудиторию), construction (конструкцию), mediation (медиавосприятие), representation (репрезентацию, переосмысление), code/encoding/decoding (код, декодирование, кодирование), segmentation (сегментацию, выделение, усечение), narrative structure (сюжетную структуру), ideology (идеологию), rhetoric (риторику), discourse (речь, язык), and subjectivity (субъективность). Медиаобразование – это процесс, продолжающийся всю жизнь. Медиаобразование имеет целью не просто критическое понимание (critical understanding), но критическую автономию (critical autonomy) [Masterman, 1997, pp.40-42].

Медиаобразование (media education) – означает критическое мышление (critical thinking), существенным элементом развития которого является создание учащимися собственной медиапродукции. Медиаобразование необходимо для активного участия как в демократическом процессе (democracy), так и в процессе глобализации (globalization) и должно основываться на изучении всех видов медиа [Feilitzen, 1999, pp.24-26].

«Медиаобразование (media education) связано со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т.д.) и различными технологиями; оно дает возможность людям понять, как массовая коммуникация используется в их социумах, овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми; обеспечивает человеку знание того, как: 1)анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты; 2)определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и/или культурные интересы, их контекст; 3)интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа; 4) отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и обретения заинтересованной в них аудитории; 5) получить возможность свободного доступа к медиа, как для восприятия, так и для продукции. Медиаобразование является частью основных прав каждого гражданина любой страны мира на свободу самовыражения и права на информацию и является инструментом поддержки демократии. … Медиаобразование рекомендуется к внедрению в национальные учебные планы всех государств, в систему дополнительного, неформального и «пожизненного» образования» [UNESCO, 1999, pp.273-274].

«***Медиаобразование (media education)*** – это изучение медиа, которое отличается от обучения с помощью медиа. Медиаобразование связано одновременно с познанием того, как создаются и распространяются медиатексты, так и с развитием аналитических способностей для интерпретации и оценки их содержания (тогда как изучение медиа (*media studies*) обычно связывается с практической работой по созданию медиатекстов). Как медиаобразование (*media education*), так и изучение медиа (*media studies*) направлены на достижение целей медиаграмотности (media literacy)» [International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, 2001, p.9494].

А вот как авторитетные западные медиапедагоги определяют понятие **«*медиаграмотность» (Media Literacy):***

«Медиаграмотность» (media literacy) – помогает учащимся/студентам общаться с медиа под критическим углом зрения, с пониманием значимости медиа в их жизни. Медиаграмотный (*media-literate*) учащийся/студент должен быть способен критически и осознанно оценивать медиатексты, поддерживать критическую дистанцию по отношению к популярной культуре и сопротивляться манипуляциям. В более специфической терминологии обучение медиаграмотности должно предоставить учащимся/студентам возможность:

-развивать способности, знания и отношения, необходимые для анализа способов, с помощью которых медиа активно конструируют реальность;

-получать знания социального, культурного, политического и экономического значения этих конструкций и распространяемых ими ценностей;

-развивать уровень оценки (appreciation) и эстетического восприятия медиатекстов;

-декодировать медиатексты, чтобы распознать и оценить культурные ценности, практическую значимость, идеи, содержащиеся в них;

-распознавать, анализировать и применять разнообразие технического использования и создания медиатекстов;

-осознавать, что те, кто создают (конструируют) медиатексты, делают это, исходя из множества мотивов (контроль, давление и др.) – экономических, политических, организационных, технических, социальных и культурных;

-понимать, что каждый человек вовлечен в селективный и аналитический процесс исследования медиатекстов. Этот процесс и связанные с ним смыслы/значения зависят от психологических, социальных и природных факторов [Duncan, 1989, p.7.].

«Медиаграмотность» (media literacy) – движение, … призванное помочь людям понимать, создавать и оценивать культурную значимость аудиовизуальных и печатных текстов. Медиаграмотный индивидуум, которым должен иметь возможность стать каждый человек, способен анализировать, оценивать и создавать печатные и электронные медиатексты» [Aufderheide, Firestone, 1993, p.1.].

«Медиаграмотность» (media literacy) – способности осваивать, интерпретировать/анализировать и создавать медиатексты» [Worsnop, 1994, p.X].

«Медиаграмотность» (media literacy) – способность использовать, анализировать, оценивать и передавать сообщения (messages) в различных формах» [Kubey, 1997, p.2].

«Медиаграмотность» (media literacy) – процесс подготовки медиаграмотного человека, обладающего развитой способностью к восприятию, созданию, анализу, оценке медиатекстов, к пониманию социокультурного и политического контекста функционирования медиа в современном мире, кодовых и репрезентационных систем, используемых медиа; жизнь такого человека в обществе и мире связана с гражданской ответственностью» [International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, 2001, p.9494].

Как можно заметить при сравнительном анализе этих определений, у многих западных медиапедагогов наблюдается своего рода смешивание понятий «медиаобразования» и «медиаграмотности». Немалые разночтения можно обнаружить и в теоретических подходах к медиаобразованию, к выделению его наиболее важных целей, задач, способов внедрения в учебный процесс и т.д. Вот почему мы обратились к ведущим российским и зарубежным медиапедагогам с просьбой ответить на специальную анкету **(см. приложение)** с целью выяснения следующих вопросов:

-какие известные определения медиаобразования и медиаграмотности имеют наибольшую поддержку в «экспертной группе»?

-какие медиаобразовательные цели и теории кажутся ей самыми важными?

-как эти теории и цели соотносятся (по мнению экспертов) с современным социокультурным контекстом стран, где они проживают и работают?

-какой способ внедрения медиаобразования в учебный процесс школ, вузов, учреждений дополнительного образования и досуга представляется экспертам наиболее предпочтительным?

-в каких странах в настоящее время уровень развития медиаобразования, с точки зрения экспертов, наиболее высок?

Мы благодарим всех российских и зарубежных экспертов в области медиаобразования/медиаграмотности, оперативно приславших свои ответы. В итоге на наши вопросы ответили 26 медиапедагогов из 10 стран:

Баранов, Олег, кандидат искусствоведения, доцент Тверского государственного педагогического университета, член Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России, автор многих книг и статей по проблемам кинообразования (Россия);

Ворсноп, Кристофер (Worsnop, Christopher), один из лидеров медиаобразовательного движения в Северной Америке, автор нескольких книг по медиапедагогике (Канада);

Вэй, Бу (Wei, Bu), профессор Китайской Академии социальных наук, автор многих работ по проблемам медиаобразования, медиа, детской аудитории и т.д. (Китай);

Гомес, Хозе-Игнасио (Gomes, Jose Ignacio), профессор, доктор наук, директор Медиаобразовательного центра Grupo Comunicar университета Huelva, автор многих работ медиаобразовательной тематики (Испания);

Гудмэн, Стивен (Goodman, Steven), исполнительный директор Нью-Йоркского образовательного видеоцентра, медиапедагог, автор книг и статей по медиаобразованию (США);

Гура, Валерий, кандидат педагогических наук, профессор, член Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России, зав.кафедрой Таганрогского государственного педагогического института (Россия);

Гутиерес Мартин, Альфонсо (Gutierrez Martin, Alfonso), доктор наук, преподаватель дисциплин, связанных с новыми технологиями, в университете Valladolid, автор многих работ по медиаобразованию (Испания);

Кларембо, Мишель (Clarembeaux, Michel), директор Льежского аудиовизуального центра (Centre audiovisuel de Liege) (Бельгия);

Корнел, Ричард (Cornell, Richard), доктор наук, профессор-координатор педагогического колледжа Университета Центральной Флориды (University of Central Florida), экс-президент Международного Совета «Медиа в образовании» (International Council for Educational Media), автор многих книг по проблемам медиа и образования (США);

Короченский, Александр, доктор филологических наук, профессор факультета журналистики Ростовского государственного университета, член Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России, автор монографии, посвященной проблемам медиакритики (Россия);

Крюксэй, Сюзен (Krucsay, Susanne), глава отдела медиаобразования Министерства образования, науки и культуры Австрии, автор многих работ по проблемам медиаобразования (Австрия);

Лемиш, Дафна (Lemish, Dafna), доктор наук, профессор, глава факультета коммуникаций университета в Тель-Авиве (Tel Aviv University), автор многих работ по проблемам медиаобразования (Израиль);

Мак-Махон, Барри (McMahon, Barrie), менеджер отдела образования Министерства образования Западной Австралии, автор (совместно с Р.Куин/R.Quin) многих книг и учебных пособий медиаобразовательной тематики (Австралия);

Монастырский, Валерий, кандидат педагогических наук, профессор, зам. директора Института социальной работы Тамбовского государственного университета, член Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России, автор многих работ по проблемам аудиовизуального медиаобразования (Россия);

Новикова, Анастасия, кандидат педагогических наук, член Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России, Fulbright Alumni, автор ряда работ по медиаобразованию (Россия);

Панджente, Джон (Pungente, John), президент Канадской Ассоциации медиаобразовательных организаций (CAMEO: Canadian Association of Media Education Organisations), директор Jesuit Communication Project в Торонто, автор многих работ на медиаобразовательную тему (Канада);

Пензин, Сталь, кандидат искусствоведения, доцент Воронежского государственного университета, член Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России, автор многих книг по проблемам аудиовизуального медиаобразования (Россия).

Розер, Ирвинг (Rother, Irving/Lee), доктор наук, президент Ассоциации медиаобразования Квебека (Association for Media Education in Quebec (AMEQ); член правления Канадской Ассоциации медиаобразовательных организаций (Canadian

Association for Media Education Organisations), автор многих работ по проблемам медиаобразования (Канада);

Рыжих, Наталья, член Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России, старший преподаватель Таганрогского государственного педагогического института, автор ряда работ по медиапедагогике (Россия);

Сюсс, Даниэль (Suess, Daniel), доктор наук, профессор Цюрихского университета (University of Zurich) и Швейцарского Федерального технологического института (Swiss Federal Institute of Technology Zurich/Switzerland), автор многих работ по медиаобразованию (Швейцария);

Тайнер, Кэтлин (Tyner, Kathleen), медиапедагог-консультант, руководитель исследовательской группы Hi-Beam Consulting (Сан-Франциско), директор программ по медиа и культуре для молодежи (Youth Media Initiative of the National Alliance of Media Arts and Culture), автор многих книг и статей по медиаобразованию (США);

Торрес, Мигель-Рейс (Torres, Miguel Reyes), доктор наук, профессор, директор Центра исследований в области медиаобразования (CIME Media Education Investigation Center), координатор магистерской программы в области медиаобразования университета Playa Ancha (Чили);

Усенко, Леонид, доктор искусствоведения, профессор Ростовского государственного педагогического университета, член Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России, автор многих работ по истории и теории искусства (Россия);

Челышева, Ирина, кандидат педагогических наук, член Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России, доцент Таганрогского государственного педагогического института, один из авторов монографии «Медиаобразование в России: краткая история развития» и учебного пособия «Медиаграмотность будущих педагогов в свете модернизации образовательного процессе в России» (Россия);

Шак, Татьяна, кандидат искусствоведения, доцент Краснодарского государственного университета культуры и искусств, руководитель Центра музыкально-информационных технологий при данном университете, автор ряда работ медиаобразовательной тематики, член Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России, (Россия);

Якушина, Екатерина, кандидат педагогических наук, ст.научный сотрудник лаборатории ТСО и медиаобразования (Российская Академия образования), член Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России (Россия).

В анкете **(см. приложение 9.4)** сочетались вопросы закрытого и открытого типа. Итоги анкетирования показали, что на вопросы открытого типа эксперты отвечали менее охотно, чем на те, которые требовали лишь обозначения выбора из предложенных вариантов, что в целом подтверждает общую тенденцию социологических опросов на любую тему. Респонденты склонны экономить свое время и, как правило, редко пытаются дать развернутые ответы.

1. Учебная дисциплина МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ, ТЕОРИИ И МОДЕЛИ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ
Тема 1.2. Модели медиаобразования
3. Цели занятия

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, а также в выборе коммуникационных каналов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Модели медиаобразования и их разновидности. Образовательно-информационные модели. Воспитательно-этические модели. Практико-утилитарные модели. Эстетические модели. Социокультурные модели.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ, ТЕОРИИ И МОДЕЛИ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ
Тема 1.2. Модели медиаобразования
Текст лекции

Разработанные в России и за рубежом модели медиаобразования можно, вероятно, обобщить в следующем виде:

-*образовательно-информационные модели* (изучение теории и истории, языка медиакультуры и т.д.), опирающиеся в основном на культурологическую, эстетическую, семиотическую, социокультурную теории медиаобразования [подробный анализ такого рода теорий см. в: Федоров, 2001, с.20-34; Fedorov, 2003];

-*воспитательно-этические модели* (рассмотрение моральных, религиозных, философских проблем на материале медиа), опирающиеся в основном на этическую, религиозную, идеологическую, экологическую, протекционистскую и др. теории медиаобразования;

-*практико-утилитарные модели* (практическое изучение и применение медиатехники), опирающиеся в основном на теорию «потребления и удовлетворения» и практическую теорию медиаобразования;

-*эстетические модели* (ориентированные прежде всего на развитие художественного вкуса и анализ лучших произведений медиакультуры), опирающиеся в основном на эстетическую/художественную и культурологическую теории медиаобразования;

-*социокультурные модели* (социокультурное развитие творческой личности в плане восприятия, воображения, зрительной памяти, интерпретации, анализа,

самостоятельного, критического мышления по отношению к медиатекстам любых видов и жанров и т.д.), опирающиеся в основном на социокультурную, культурологическую, семиотическую, этическую теории медиаобразования и теорию развития критического мышления.

При этом данные модели и теории далеко не всегда существуют в чистом виде, но часто связаны между собой.

В течение многих лет медиапедагоги вели спор о том, при каких условиях медиаобразование может быть наиболее эффективным. Были и есть последовательные сторонники внеурочной/внеклассной медиапедагогики. К примеру, И.С.Левшина считает, что в «системе внеурочной киновоспитательной деятельности вся работа по подготовке школьника к общению с миром художественного экрана проводится в обстановке максимально свободной от методов обучения – от обязательных заданий, письменных работ, балльных оценок. … классно-урочным формам мы предпочитаем все формы внеурочной воспитательной деятельности» [Левшина, 1974, с.21]. А вот С.М.Иванова убеждена, что «проблема киновоспитания младших подростков не может быть решена вне урочной системы» [Иванова, 1978, с.6].

Сторонники медиаобразования, интегрированного в базовое (Л.С.Зазнобина, С.И.Гудилина, А.А.Журин, К.М.Тихомирова, C.Bazalgette, A.Hart и др.) последовательно выступали/выступают за внедрение медиапедагогических задач в теорию практику преподавания основных учебных дисциплин. К примеру, М.Н.Фоминова полагает, что «основная цель включения медиаобразования в процесс освоения предмета «Мировая художественная культура» - формирование и развитие грамотного читателя, зрителя, слушателя, способного воспринимать и анализировать художественный образ, создаваемый на языках разных искусств, «декодировать» различные уровни смысла образов» [Фоминова, 2001, с.10].

Повсеместное распространение медиа, появление новых информационных технологий, на наш взгляд, позволяет в современных условиях успешно применять и развивать практически многие существующие отечественные и зарубежные модели медиаобразования, интегрировать и синтезировать их.

Для удобства представления основных положений данных моделей мы условно разбили их на следующие группы – A, B и C.

Определение понятия «медиаобразование». Медиаобразование определяется Ю.Н.Усовым (1936-2000), как «система использования средств массовой коммуникации и информации (печати, радио, кино, телевидения, видео, компьютерной техники, фотографии) в развитии индивидуальности школьника. Сама система развития, в отличие от традиционных учебных предметов, накапливающих знания, предполагает в первую очередь практику художественно-творческой деятельности, моделирующую процесс эмоционально-интеллектуального развития школьника, его возможностей» [Усов, 1998, с.55]. Введено также «понятие *аудиовизуальной культуры* как определенной системы уровней эстетического развития школьника на материале экранных искусств: потребностей, образованности, аудиовизуального мышления» [Усов, 1989а, с.21].

Концептуальная основа: эстетическая и культурологическая теории медиаобразования. Цели: развитие личности на материале художественных медиатекстов.

Задачи: эстетическое, аудиовизуальное, эмоционально-интеллектуальное образование аудитории, развивающее:

-различные виды активного мышления (образное, ассоциативное, логическое, творческое);

-умения восприятия, интерпретации, анализа, эстетической оценки медиатекстов;

-потребности в освоении языка медиа для его использования при общении с произведениями экранных, традиционных искусств и средствами массовой информации;

-потребности в вербальном общении по поводу освоенной информации и в художественно-творческой деятельности;

-умения передавать знания, полученные на учебных занятиях, результаты восприятия различных искусств, окружающего мира средствами коммуникационных технологий в форме мультимедиа, аудиовизуальных и письменных текстов.

Организационные формы: внедрение медиаобразования в учебную, внеучебную и досуговую деятельность учащихся. При этом выделяется «четыре вида деятельности: 1) усвоение знаний об экранных искусствах, о закономерностях их функционирования в общественной жизни; 2) восприятие идейно-художественного содержания, раскрывающегося в пространственно-временной форме повествования; 3) интерпретация результатов восприятия, эстетическая оценка произведения экранного искусства; 4) художественно-творческая деятельность в области экранных искусств» [Усов, 1989а, с.7-8].

Методы медиаобразования можно классифицировать по: источникам полученных знаний: *словесные* (лекция, рассказ, беседа, объяснение, дискуссия); *наглядные* (иллюстрация и демонстрация медиатекстов); *практические* (выполнение различного рода заданий практического характера на материале медиа). По уровню познавательной деятельности: *объяснительно-иллюстративные* (сообщение педагогом определенной информации о медиа, восприятие и усвоение этой информации аудиторией); *репродуктивные* (разработка и применение педагогом различных упражнений и заданий на материале медиа для того, чтобы учащиеся овладели приемами их решения), *проблемные* (проблемный анализ определенных ситуаций или медиатекста с целью развития критического мышления); *частично-поисковые или эвристические, исследовательские* (организация поисково-творческой деятельности обучения). Предпочтение оказывается процессу восприятия и анализа медиатекстов, циклам игровых/творческих занятий, практическим занятиям по видеосъемке и т.д.

Основные разделы содержания медиаобразовательной программы (касающиеся изучения таких ключевых понятий медиаобразования как «агентства медиа», «категории медиа», «технологии медиа», «язык медиа», «репрезентации медиа» и «аудитория медиа»):

-введение в медиаобразование (понятие медиаобразования, медиатекста, его основных критериев оценки, создание медиатекста и т.д.);

-экранная реальность в медиаобразовании школьников (возможности экранного изображения, понятие о медиакультуре, модель ее развития и т.д.);

-человек – окружающая среда – возможности ее освоения, осмысления и идентификации (взаимосвязь перцептивных единиц, различные средства установления этих взаимосвязей; информационное пространство, его интерпретация с помощью слова, музыки, пластического образа и т.д.);

-технологии, усовершенствующие освоение окружающего мира, моделирующие человеческое сознание (развитие медиатехники, моделирование мира и человеческого сознания и т.д.);

-дигитальное тысячелетие – новая фаза цивилизации (философские, эстетические, культурологические оценки масс-медиа; особенности «электронного» общества, повествования, воздействия современного экрана; возможности цифровых аудиовизуальных технологий и т.д.).

В целом модель Ю.Н.Усова интегрирует изучение экранных, традиционных искусств и коммуникативных технологий. Содержание модели определено «понятием эстетической культуры как системы уровней эмоционально-интеллектуального развития школьника в области образного, ассоциативного логического мышления, восприятия художественной и объективной реальности, умений интерпретировать перцептивные результаты, аргументировано оценивать различные виды информации, поступающие по медиаканалам, потребности в художественно-творческой деятельности на материале традиционных искусств и различных средств массовой информации (кино, ТВ, видео, печати, радио, компьютерной и мультимедийной технологии)» [Усов, 1998, с.56].

Области применения: дисциплины обязательного и факультативных циклов (в учебных учреждениях различных типов), кружковые занятия (в клубах, студиях, учреждениях дополнительного образования и досуга). При обосновании данной модели, Ю.Н.Усов определил возможности ее реализации в специальном и интегрированном медиаобразовании. Причем, эта модель, согласно определению Ю.Н.Усова, может быть реализована в различных вариациях и соотношениях, что само по себе, на наш взгляд, является весьма важным моментом для России (разные условия жизни в крупных городах и отдаленных районах, финансовая нестабильность образования и т.п.). Возможные области ее применения: в студиях детского экранного творчества, на учебных занятиях художественно-эстетического цикла («Мировая художественная культура», «Основы экранной культуры» и др.), а также уроках литературы, истории, иностранного языка и т.д. Например, предмет «Медиаобразование» может быть составной частью различных учебных дисциплин, или существовать в виде самостоятельного курса. Так как проблема подготовки профессиональных медиапедагогов в России пока не решена, такая вариативность является необходимым условием для отечественного медиаобразования.

Модель Ю.Н.Усова направлена на эффективное развитие таких важных аспектов для базовой культуры личности как: активное мышление (включая образное, творческое, логическое, критическое, ассоциативное); восприятие, интерпретация, оценка и анализ различных медиатекстов; потребность в освоении и квалифицированном использовании медиаязыка; потребность в языковом общении при освоении медиаинформации; умение передачи знаний, результатов восприятия посредством медиа [Усов, 1998, с.56].

Ю.Н.Усову [Усов, 2000а] принадлежит и разработка учебной модели развития виртуального мышления, в основу которой положено единство видеосъемки и восприятия ее результатов. Восприятие и анализ художественного текста достигается путем видеосъемки живописного полотна; монтажной записи отснятого материала; выявления смысловых, эмоциональных взаимосвязей между дискретными единицами; выстраивание концепции увиденного; определение собственного отношения к материалу; вербализация; целостное рассмотрение экранизированного произведения и т.д. [Усов, 2000а, с.3-6].

Современные достижения компьютерных технологий позволяют учащимся окунуться в мир виртуальной реальности, которая по справедливому утверждению Ю.Н.Усова, обладает удивительным жизнеподобием «по сравнению с кино, телевидением, видео. ... Отождествление художественной виртуальной реальности с

объективной оказывается стопроцентным, хотя она и иллюзорна. ... Однако грамотный зритель ощутит и здесь присутствие творца, ибо традиционные законы художественного пространства, времени, дискретности повествования останутся: ведь иллюзия, какой бы она ни была, все же создана автором, и в ней его эмоционально-интеллектуальное начало также будет выявлено на основе соотношения перцептивных единиц» [Усов, 2000b, с.69].

В последние годы понятие виртуальной реальности заметно усложнилось. Если раньше ее воспринимали как нечто родственное художественной реальности, то с развитием компьютерных технологий виртуальная реальность с помощью компьютера, в самом деле, возникает на внутреннем экране сознания человека, соединяя его с любым создаваемым им медиатекстом. В связи с этим возникает идея развития так называемого виртуального мышления, которая, согласно мнению Ю.Н.Усова, способна разрешить существующие противоречия между уровнем достижений в области художественного воздействия искусства и готовностью современного человека активно использовать эти возможности - как на специальных занятиях, так и самостоятельно, в процессе восприятия, интерпретации многомерной пространственно-временной реальности. Виртуальное мышление тесно связано с историей развития экранных искусств, всеми видами познания пространственно-временной реальности (монтажного, аудиовизуального, пространственно-временного, экранного). Бесспорно, развитие виртуального мышления является одним из перспективных направлений медиаобразования в современных информационных условиях.

Важная особенность модели Ю.Н.Усова - интеграция экранных, электронных и новых информационных образовательных технологий в системы базового и дополнительного образования, досуговую деятельность учащихся.

Медиаобразовательная модель Г.А.Поличко [Поличко, 1990] ******

*****подробнее о педагогическом творчестве Г.А.Поличко см. в статье: Федоров А.В. «Курганская школа: от кинообразования – к медиаобразованию//Искусство и образование. 2004. № 4. С.52-70.

Определение понятия «медиаобразование» в основном совпадает с определением Ю.Н.Усова.

Концептуальная основа: эстетическая и культурологическая теории медиаобразования.

Цели: развитие личности на материале художественных медиатекстов.

Задачи: помочь учащимся понять основные законы и язык художественного спектра аудиовизуальных медиа, развить эстетические/художественные восприятие и вкус, способности к квалифицированному анализу художественных медиатекстов, дать знания по теории медиакультуры и т.д.

Организационные формы: автономные спецкурсы, интеграция в традиционные учебные предметы (преимущественно в курс литературы), факультативы, киноклубы.

Методы медиаобразования можно классифицировать по: источникам полученных знаний: *словесные* (лекция, рассказ, беседа, объяснение, дискуссия); *наглядные* (иллюстрация и демонстрация медиатекстов); *практические* (выполнение различного рода заданий практического характера на материале медиа). По уровню познавательной деятельности: *объяснительно-иллюстративные* (сообщение педагогом определенной информации о медиа, восприятие и усвоение этой информации аудиторией); *репродуктивные* (разработка и применение педагогом различных упражнений и заданий на материале медиа для того, чтобы учащиеся овладели приемами их решения), *проблемные* (проблемный анализ определенных ситуаций или медиатекста с целью развития критического мышления); *частично-поисковые или эвристические, исследовательские* (организация поисково-творческой

деятельности обучения). При этом доминируют блоки теоретических и практических занятий, содержащих творческие задания, ролевые игры различных типов

Основные разделы содержания медиаобразовательной программы (касающиеся изучения таких ключевых понятий медиаобразования как «агентства медиа», «категории медиа», «технологии медиа», «язык медиа», «репрезентации медиа» и «аудитория медиа»):

-аудиовизуальная природа кино, виды киноискусства, кино и киноведение;

-структура кинематографического образа, монтаж как принцип кинематографического мышления, режиссер – создатель кинематографического образа;

-кинотехника и творческий процесс;

-фильм и зритель;

-кино и педагогика [Поличко, 1990, с.4].

Как мы видим, Г.А.Поличко осознанно не стал включать в свою программу разделы, связанные с историй кино/медиакультуры, уделив основное внимание проблемам художественного образа, видов и жанров, медийного языка. Как и в работах Ю.Н.Усова, в программе Г.А.Поличко прослеживается отчетливая связь с эстетической теорией медиаобразования, ориентацией на искусство, а не на информацию.

Области применения: дисциплины обязательного и факультативных циклов, интегрированное медиаобразование (в учебных учреждениях различных типов), кружковые занятия (в клубах, студиях, учреждениях дополнительного образования и досуга).

Наш анализ показал, что медиаобразовательные модели, предложенные Л.М.Баженовой [1992], Е.А.Бондаренко [Бондаренко, 1997], И.С.Левшиной [Левшина, 1975], В.А.Монастырским [Монастырский, 1979], Ю.М.Рабиновичем [Рабинович, 1991] и др. российских медиапедагогов также представляют собой синтез эстетической и социокультурной моделей обучения. На Западе ориентация на эстетические модели была, как известно, весьма популярной до 70-х годов XX века. Среди сторонников такого рода моделей были британец А.Ходкинсон [Hodgkinson, 1964, p.26-27], канадцы Ф.К.Стюарт и Дж.Натэл [Stewart, and Nuttall, 1969, p.5] и Дж.Мур [Moore, 1969, p.9]. В настоящее время похожий тип модели поддерживает австралийский медиапедагог П.Гринвей [Greenaway, 1997, p.188]. Но в целом эстетически/художественно ориентированные модели медиаобразования уступили на Западе место социокультурным моделям с опорой на культурологическую теорию медиаобразования и теорию развития критического мышления аудитории.

Группа b. Медиаобразовательные модели, основанные на синтезе эстетического, образовательно-информационного и воспитательно-этического подходов

Медиаобразовательная модель С.Н.Пензина [Пензин, 1987; 2004] *

****** подробнее о педагогическом творчестве С.Н.Пензина см. в статье: Федоров А.В. Медиаобразование по С.Н.Пензину//Искусство и образование. 2004. № 3.С.64-74.

Определение понятия «медиаобразование». Медиаобразование определяется С.Н.Пензиным как эстетическое воспитание аудитории (школьной, студенческой и др.) на материале прежде всего художественных медиатекстов (с опорой на шедевры «авторского киноискусства»).

Концептуальная основа: эстетическая и этическая теории медиаобразования: «нельзя ограничиваться лишь специфическими - эстетическими и киноведческими задачами, ибо кинозритель должен быть, прежде всего, личностью, Человеком (выступать и как homo eticus, «человек этический») [Пензин, 1987, с.47].

Цели: развитие личности на материале художественных медиатекстов. В итоге, по мысли С.Н.Пензина, личность должна обладать следующими качествами общеэстетического (хороший эстетический вкус, отсутствие штампов зрительского восприятия, образное мышление, понимание того, что кино – это искусство, а не зеркальное отражение жизни, осознание необходимости изучения искусства) и специального (потребность в серьезном киноискусстве, способность адекватно понимать фильмы, избирательное отношение к кинопродукции, интерес к истории кино и т.п.) характера [Пензин, 1987, с.46-47].

Задачи эстетического, аудиовизуального, эмоционально-интеллектуального, этического медиаобразования аудитории:

-формирование знаний (его результат – понимание человеком необходимости изучения истории и теории кино, умение ориентироваться во всех элементах фильма, правильно воспринимать любые фильмы, избирательное отношение к кинорепертуару);

-обучение, то есть формирование способности к образному мышлению, размышлению над увиденным и т.д.;

-воспитание, результатом которого будут такие качества, как хороший эстетический вкус, понимание необходимости изучения искусства, потребность в общении с «серьезным искусством» и т.д. [Пензин, 1987, с.47-48];

-дать представление о задачах кино/медиаобразования [Пензин, 2004, с.151] .

Организационные формы: внедрение медиаобразования в учебную, внеучебную и досуговую деятельность учащихся - через организацию восприятия медиатекстов, объяснение воспринятого, художественное творчество, художественную самодеятельность.

Методы медиаобразования можно классифицировать по: источникам полученных знаний: *словесные* (лекция, рассказ, беседа, объяснение, дискуссия); *наглядные* (иллюстрация и демонстрация медиатекстов); *практические* (выполнение различного рода заданий практического характера на материале медиа). По уровню познавательной деятельности: *объяснительно-иллюстративные* (сообщение педагогом определенной информации о медиа, восприятие и усвоение этой информации аудиторией); *репродуктивные* (разработка и применение педагогом различных упражнений и заданий на материале медиа для того, чтобы учащиеся овладели приемами их решения), *проблемные* (проблемный анализ определенных ситуаций или медиатекста с целью развития критического мышления); *частично-поисковые или эвристические, исследовательские* (организация поисково-творческой деятельности обучения). В числе основных методов медиаобразования С.Н.Пензин называет репродуктивный, эвристический и исследовательский методы обучения.

Основные разделы содержания медиаобразовательной программы (касающиеся изучения таких ключевых понятий медиаобразования как «агентства медиа», «категории медиа», «технологии медиа», «язык медиа», «репрезентации медиа» и «аудитория медиа»): а) основы эстетики и искусствоведческих наук (в первую очередь – киноведения), истории кинематографа, способствующие полноценному эстетическому восприятию любых кинопроизведений; б) сведения об основных областях применения теоретических знаний; в) информация о нерешенных научных проблемах; д) задания, выполняя которые учащиеся приобретают опыт анализа произведений киноискусства» [Пензин, 1987, с.46; Пензин, 2004].

Опираясь на традиционные принципы дидактики, С.Н.Пензин отмечает следующие специфические принципы медиаобразования: изучение кино в системе искусств; единство рационального и эмоционального в эстетическом восприятии киноискусства; бифункциональность эстетического самовоспитания, когда эстетическое чувство

проясняет этическое [Пензин, 1987, с.71]. Отсюда вытекает «триединство задач обучения анализу фильма, как произведения искусства. Первая задача - освоение авторских позиций, изучение всего, что непосредственно связано с автором - главным носителем эстетического начала. Вторая задача - постижение героя - основного носителя эстетического начала. Третья задача - слияние, синтез двух предыдущих понятий. (...) Все три задачи неделимы, возникают и требуют решения одновременно» [Пензин, 1987, с.56].

Области применения: дисциплины обязательного и факультативных циклов (в основном в вузах), кружковые/клубные занятия (в клубах, студиях, медиацентрах, учреждениях дополнительного образования и досуга).

Медиаобразовательная модель О.А.Баранова [Баранов, 2002] *******

******* подробнее о педагогическом творчестве О.А.Баранова см. в статье: Федоров А.В. О.А.Баранов: от киноклуба – к университету//Искусство и образование. 2004. № 2. С.58-66.

Определение понятия «медиаобразование». Синтез определений, предложенных ЮНЕСКО и Ю.Н.Усовым.

Концептуальная основа: эстетическая, этическая и культурологическая теории медиаобразования.

Цели: эстетическое, аудиовизуальное, эмоционально-интеллектуальное, этическое образование/воспитание аудитории, развитие личности на материале художественных медиатекстов.

Задачи:

-помочь учащимся понять основные законы и язык художественного спектра медиа;

-развить эмоциональность и отзывчивость;

-развить нравственное и эстетическое/художественное восприятие и вкус, способности к квалифицированному анализу художественных медиатекстов;

-устойчивые ценностные нравственно-эстетические принципы и ориентации, включенность в нравственно-эстетический процесс [Баранов, 2002, с.25].

Организационные формы: интеграция в традиционные учебные предметы, автономные уроки, лекции, спецкурсы, семинары, факультативы, медиа/киностудии, медиа/киноклубы [Баранов, 2002, с.25].

Методы медиаобразования можно классифицировать по: источникам полученных знаний: *словесные* (лекция, рассказ, беседа, объяснение, дискуссия); *наглядные* (иллюстрация и демонстрация медиатекстов); *практические* (выполнение различного рода заданий практического характера на материале медиа). По уровню познавательной деятельности: *объяснительно-иллюстративные* (сообщение педагогом определенной информации о медиа, восприятие и усвоение этой информации аудиторией); *репродуктивные* (разработка и применение педагогом различных упражнений и заданий на материале медиа для того, чтобы учащиеся овладели приемами их решения), *проблемные* (проблемный анализ определенных ситуаций или медиатекста с целью развития критического мышления); *частично-поисковые или эвристические, исследовательские* (организация поисково-творческой деятельности обучения).

Основные разделы содержания медиаобразовательной программы (касающиеся изучения таких ключевых понятий медиаобразования как «агентства медиа», «категории медиа», «технологии медиа», «язык медиа», «репрезентации медиа» и «аудитория медиа»):

-язык медиакультуры;

-авторский мир создателей художественного медиатекста;

-история медиакультуры (история киноискусства, телевидения и т.д.).

Области применения: дисциплины обязательного и факультативных циклов, интегрированное медиаобразование (в учебных учреждениях различных типов), кружковые занятия (в клубах, студиях, учреждениях дополнительного образования и досуга).

Наш анализ показал, что медиаобразовательные модели, предложенные А.С.Брейтманом [Брейтман, 1997], Н.Б.Кирилловой [Кириллова, 1992], З.С.Малобицкой [Малобицкая, 1979] и др. также - в той или иной форме - синтезируют эстетическую, образовательно-информационную и воспитательно-этическую модели. За рубежом такого рода модели с начала 70-х годов XX века (параллельно с уходом на второй план проблем изучения творчества «авторов медийных шедевров» и привития «экспертного» вкуса к «высококачественным художественным медиатекстам» школьникам/студентам) постепенно сменились моделями социокультурного обучения с опорой на культурологическую теорию медиаобразования и теорию развития критического мышления аудитории.

1. Учебная дисциплина МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 2. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Тема 2.1. Исторические этапы развития медиаобразования в России

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, работой с целевой аудиторией и формально-содержательные характеристики.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	*История возникновения и развития медиаобразования в России. Особенности развития медиаобразования в России на разных исторических этапах. Основные направления деятельности ведущих медиа педагогов*	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. РАЗДЕЛ 2. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Тема 2.1. Исторические этапы развития медиаобразования в России

Текст лекции

Зарождение медиаобразования (1900-1918)

Уже в первые годы XX столетия в России стало зарождаться медиаобразовательное движение на материале тогдашнего «чуда современной техники» - кинематографа. Наряду с художественными лентами в стране стали создаваться научно-популярные фильмы просветительского характера, которые в основном рассказывали о физических и биологических явлениях (к примеру, «Электрический телеграф», «Кровообращение» и т.д.). Датой рождения учебного кинематографа традиционно считается 1896 год (проведение первых

кинематографических сеансов для школ в Петербурге, Москве и в некоторых других российских городах). Земства выделяли средства "на приобретение проекционных аппаратов и фильмов, и эти начинания были поддержаны на общеземском съезде по народному образованию в Москве (1911 год)" (5, 7-8). Вопросом использования фильмов в учебных целях занималось Министерство просвещения, которое возглавлял в начале XX века граф П.И.Игнатьев. Предполагалось создать кинематографический совет для кинофикации учебных заведений, а также - киномузеи (фильмотеки) (1, 31; 3, 57-58). Но, к сожалению, события 1917 года не дали возможности воплотить эти начинания.

Еще в самом начале XX века в России появились первые труды, посвященные воспитательной и образовательной роли кино. С 1908 года выходили статьи в журналах "Сине-фото", "Вестник воспитания", "Живой экран", "Вестник кинематографа", "Разумный кинематограф и наглядные пособия" и т.д. К 1917 году вышло 97 публикаций, которые касались проблем кино и школы - "преимущественно журнальных статей, а также различных докладов, сообщений и фильмографических обзоров" (5, 8). В этих работах проявилось "стремление выяснить перспективы и возможности кино в учебном процессе, оценить его как дидактическое средство в целом" (5, 8).

В очерке В.Готвальда "Кинематограф - его происхождение, устройство и будущее общественное и научное значение" (1909) шла речь о "воспитательном потенциале фильма, о применении кино в школе, о роли, которое оно способно сыграть в просвещении жителей деревни и т.д." (2, 26). Книга В.Самуйленко "Кинематограф и его просветительная роль", вышедшая в 1912 году, рассказывала о воспитательной и образовательной роли кино. Кроме того, в ней анализировался уже имеющийся опыт работы по кинообразованию, и намечались новые перспективы.

В целом в России 10-х годов XX века можно выделить несколько основных подходов к учебному кинематографу: -психологический подход к выяснению перспектив и возможностей учебного кино. Например, в

статье, вышедшей в московском журнале "Педагогический сборник" (1914), указывалось, что кинематограф при правильном использовании может стать одним из учебно-воспитательных пособий, делалась попытка дать психологическое обоснование преимуществам этого дидактического средства обучения (5, 9); - общеметодический подход к кинообразованию. К примеру, П.Первов в статье "Кинематограф в народной аудитории" (1916) выделил четыре комбинации работы с фильмом: объяснение, проводимое до демонстрации фильма; объяснение после демонстрации ленты; демонстрация фрагментов фильма, сопровождающихся объяснением; объяснение, «наложенное» на показ фильма (3, 216-236); -интегративный подход: применение учебного кино в преподавании обязательных учебных предметов (литературы, истории, географии, биологии и др.).

Педагогам всех вышеперечисленных направлений противостояли те, кто "плохо понимал перспективы учебного кинематографа", либо опасался его "тлетворного влияния" на школьников (5, 13).

К слову, такая позиция по отношению к кино, как, впрочем, и к остальным видам медиа, имела место еще долгие годы. Отношение общества к кинематографу в те годы было неоднозначным: некоторые считали его лишь модой, другие - средством для одурманивания людей. Но были и иные мнения по отношению к новому "чуду техники". Так знаменитый русский писатель Андрей Белый считал его прообразом "соборного искусства", которому суждено объединить людей различных возрастов, социальных слоев, национальностей. Так или иначе, интерес к кинематографу проявляли представители всех сословий. Кроме того, в педагогической среде все активнее стали проявляться сторонники воспитания и образования средствами кинематографа, выделилось несколько направлений в методическом плане, которые нашли свое развитие в дальнейшем, со временем став классическими приемами работы с медиатекстом.

Медиаобразование на материале кинематографа и фотографии

К 1906 году в России насчитывалось уже около полутора тысяч кинотеатров, однако их воспрещалось посещать детям. Этот запрет распространялся в особенности на гимназистов, учащихся кадетских училищ, воспитанников церковных учебных заведений. После 1917 года запрет на посещение кинематографа был снят, и отношение к нему стало меняться: уже 9 ноября 1917 года при Государственной комиссии по просвещению был создан киноподотдел. На наш взгляд, перемена позиции по отношению к кинематографу, как к одному из средств массовой коммуникации, именно в это время было неслучайным, так как новый режим был весьма заинтересован в развитии «Великого Немого». Частные учебные заведения преобразовывались в государственные. Идеи эстетического воспитания В.С.Соловьева, Н.А.Бердяева и других выдающихся русских философов были неприемлемы для большевистской педагогики в силу своей религиозной или «антисоциалистической» направленности. В ту пору доминировали идеи ликвидации частной собственности, обострения классовой борьбы, атеизма, неизбежности мировой революции и т.п. Население страны в основном было неграмотным, поэтому необходимо было найти эффективное средство пропаганды и агитации, коим и выступил кинематограф, имевший для советской власти большие потенциальные возможности.

Основной расчет делался на следующие функции кинематографа:

- *пропагандистскую (идеологическую):* экран можно было использовать как идеологическое оружие против капитализма, доступное средство пропаганды социализма. Вспомним хотя бы первые фильмы-хроники о гражданской войне, революции и т.д., которые славили подвиги красноармейцев, пролетариев и "высмеивали буржуев, белогвардейцев, кулаков". За неимением достаточного количества кинотеатров их демонстрировали в так называемых агитпоездах и агитпароходах (23, 44). Что касается фильмов для детей, то они "выражали ...

стремление кинематографистов и педагогов использовать киноискусство для коммунистического воспитания подрастающего поколения" (15, 17). Задачи кинообразования в данном контексте были следующими: "воспитание детей при помощи искусства в коммунистическом духе, необходимость отражения в произведениях для детей жизни и быта пролетарских ребят и создания в фильмах героических образов, которые могли бы стать образцом для подражания" (15, 22). Вне зависимости от жанра, произведения кинематографа должны были быть проникнуты "социалистическими идеями" (23, 45); - *просветительскую',* кинематограф предполагалось использовать как "учебное пособие"; -*развивающую:* интегрированное кинообразование на уроках художественно-эстетического цикла.

Знаменательным для российского медиаобразования стал 1919 год, так как именно в это время в Москве была открыта первая в мире киношкола (сейчас это ВГИК - Всероссийский государственный институт кинематографии). ВГИК готовил и готовит специалистов по всем основным направлениям, связанным с созданием кино/телефильмов, их финансированием, прокатом, анализом в прессе и т.д. В том же 1919 году в Петербурге возник еще один университет - Высший институт фотографии и фототехники. Профессионалов в области кино пытались в 20-е годы выпускать и другие институты, но к началу 30-х они исчезли из-за разного рода экономических и идеологических причин.

В 20-х годах кинематограф стал очень популярен в детской и молодежной среде. В прессе того времени высказывалось опасение, что "никакие законодательства, никакие запретительные системы и ограничения о посещении кино детьми и опыты регламентации детского кинофильма не спасут детей и подростков от развращающего влияния общих кино, оздоровление которых должно стать задачей дня" (5, 17). Новый режим отреагировал на сложившуюся ситуацию: в 1922 году в Петрограде прошло первое совместное заседание работников государственной кинематографии и представителей так называемой красной профессуры, которое утвердило план работы по введению в учебные заведения кино как учебного пособия. ИПарамонова считает, что именно с вопросов о школьном кино "началось обсуждение тематического направления детской кинематографии, изучение восприятия юного зрителя и влияния кинофильмов на психику ребенка" (15, 7), хотя кинообразование (более распространенный для того времени термин - "киноработа") еще не получило должного развития.

Регулярный выпуск кинолент для подрастающего поколения был налажен в России только в 1924 году, а первый детский кинотеатр открылся в Москве в 1927. Кстати, довольно долгое время возрастных ограничений при посещении кинематографа не существовало

(постановление о запрещении смотреть кино лицам до 16 лет, исключая лишь специальные детские киносеансы, вышло лишь в 1928 году, когда возник более строгий цензурный контроль со стороны партийных и государственных структур).

С 1925 года в России интенсивно работало Общество друзей советского кино (ОДСК). Короткое время (с 1925 до своей смерти в июле 1926) его возглавлял «главный чекист и друг беспризорников» Ф. Дзержинский (1877-1926), что само по себе символизировало политическую значимость, которую Кремль придавал кинопросвещению. После его смерти руководство ОДСК перешло к Я.Рудзутаку (1887-1938). В состав руководства этого общества входили С.Эйзенштейн, В.Пудовкин, Д.Вертов, В.Туркин и другие известные российские кинематографисты. «Плакаты с призывом «Все в ОДСК!» появились тогда даже в небольших провинциальных городках. Агитфильмы с тем же призывом демонстрировались перед началом игровых картин» (7, 6).

Общество имело собственный устав, совет (который являлся центральным органом). В уставе ОДСК говорилось о непременном изучении "массового зрителя", о развитии политико-воспитательной работы "вокруг кинофильмов", о проведении докладов, диспутов, выставок на тему просмотренных фильмов, о вынесении на страницы газет и журналов итогов проведенных мероприятий, анкетировании кинозрителей, а также о борьбе "против коммерческого уклона администраторов кинотеатров и правлений клубов в смысле показа идеологически невыдержанных, а подчас и вредных фильмов для массового зрителя" (16, 125). Появились первые киноклубы в школах и внешкольных детских учреждениях.

Анализ социокультурной ситуации 20-х годов XX века позволяет сделать вывод, что в числе основных предпосылок для создания ОДСК были следующие:

-стремление властей сделать кино "орудием пропаганды социалистического строительства", инструментом борьбы против вредного влияния «нэпманского», буржуазного кинематографа;

-официальное признание образовательного, "просветительского" значения киноискусства и повышение роли художественного воспитания во всей системе образования;

-постоянно растущий интерес к кинематографу со стороны широких масс.

Большой вклад в работу ОДСК внес Н. А.Лебедев - известный кинокритик, организатор киноведческого отделения Государственного института кинематографии. В 1925 году на страницах "Киножурнала АРК" он наметил программу приобщения трудящихся к киноискусству, в которую вошли диспуты и доклады о кинематографе на собраниях; обсуждения кинофильмов в рабочих клубах; беседы о кинематографе с рабкорами и т.д. Н А.Лебедев, считая фильм посредником между учителем и ребенком в кинообразовании, одним из первых выдвинул задачу "изучения зрителей для определения наиболее эффективных средств идеологического и эстетического воздействия" (20, 58).

ОДСК объединяло две основные группы любителей кинематографа: во-первых, кинозрителей, влюбленных в самое молодое для того времени искусство, и, во-вторых, людей, интересовавшихся кинотехникой. Неудивительно, что среди самых активных членов этой организации было много детей и подростков: молодое поколение, как правило, быстрее и легче, чем взрослые, принимает и стремится познать всё новое и интересное.

Кстати, аналогию здесь провести нетрудно, так как совсем недавно таким же чудом для современного школьника (как, впрочем, и для взрослого) был компьютер. Компьютерный бум буквально захлестнул людей, которых, казалось бы, трудно чем-то поразить: в XX веке они были свидетелями бурного развития кинематографа, рождения телевидения, видео и других, не менее удивительных открытий. Однако, в человеческой природе, по-видимому, заложено желание улучшать и совершенствовать этот мир, в надежде, что очередное новое изобретение сделает людей счастливыми...

Почти каждая ячейка ОДСК стремилась приобрести кинокамеру для съемок местной хроники. Во всяком случае, в середине 20-х годов в Москве было около 50 коллективов ОДСК, у которых имелась киноаппаратура, а в Питере - таких групп было 93 (7, 7). Аналогичные кружки, в которых показывали, смотрели, обсуждали и снимали фильмы, читались лекции, проводились выставки, работали в Астрахани, Вологде, Ростове-на-Дону, Воронеже, Томске, Омске, Новосибирске, Иркутске, Подольске и других городах. Нехватка аппаратуры заставляла активистов ОДСКФ идти на самые невероятные шаги. К примеру, в первой половине 30-х ребята из школьного кружка в Новосибирске сделали киноаппарат из жести по собственным чертежам, приладили к нему оптику из фотоаппарата и даже сняли этой камерой несколько короткометражных сюжетов (7, 42).

По инициативе Центрального совета ОДСК в Москве были открыты специальные учебные курсы для кружковцев со всей страны, преподавателями которых были Н. Зархи, А.Роом, В.Пудовкин и другие видные деятели российского киноискусства. Тексты лекций, прочитанных на этих курсах, издавались в виде методических брошюр.

24 января 1927 года при активном участии ОДСК в Москве состоялось совещание по вопросам детского и школьного кино. В своем постановлении совещание констатировало, что в этом вопросе предстоит сделать еще многое: слабо разработана методика педагогической работы с юными зрителями, киносеансы для детей и подростков еще мало распространены. Ставилась задача разработки "организационных форм, содержания и методов массовой работы с детьми в кино" (13, 20). Поэтому было рекомендовано подготовить указания для учебной и воспитательной работы на киноматериале (учитывая при этом различные типы восприятия детей), организовать выпуск фильмов для детей, которые должны идти в специальных детских кинотеатрах, скоординировать на этом направлении усилия

образовательных и культурных организаций и учреждений (19, 111- 115).

В ноябре 1927 года вышло Постановление коллегии Народного комитета просвещения "О разработке мероприятий по детскому кино", где впервые было решено издать ряд книг и пособий по вопросам кино, а также ввести в программу педагогических техникумов курс по “киноработе среди детей”. Данный курс предполагал "преподавание техники и методики киноработы как в теоретическом, так и в практическом отношении" (18, 351). В том же году открылись первые краткосрочные курсы кинопедагогов (1, 6). Существовавший тогда в Москве Институт методов внешкольной работы одной из своих задач выдвинул «выработку организационных форм, содержания и методов массовой работы с детьми в кино» (13, 20), изучение запросов юных зрителей, кинофикацию школ, создание сети детских кинотеатров со специальными работниками - кинопедагогами.

Ведущий научный сотрудник Института методов внешкольный работы Ю.И.Менжинская с сожалением констатировала: "Мы не рассматриваем кино как культурно-просветительное учреждение, равноценное детскому клубу, детской библиотеке, детской технической мастерской, экскурсбазе, театру и т.д." (13, 18), в то время, как кинообразование учащихся должно быть основано на систематическом проведении бесед о фильмах, включая разговор об их содержании, языке, средствах выразительности (12, 5-14). Она считала необходимым создать специальные кружки любителей кино для совместного посещения кинематографа. В числе важнейших форм работы с детьми в таких кружках Ю. И. Менжинская выделяла беседу непосредственно перед киносеансом, целью которой являлась подготовка зрителей к восприятию фильмов. Предварительная беседа, по ее мнению, должна была дать детям "возможность ухватить глубже такие стороны фильма, которые иначе проскользнули бы мимо них" (12, 5).

После просмотра фильма рекомендовалось проводить беседу с целью дать выход воспринятым образам, чувствам, мыслям, словом, всему что "таится в сознании ребенка и рвется наружу" для осознания этого сложного комплекса чувств и эмоций. При работе с детьми, которые в той или иной степени интересовались кино, перед педагогами ставилась цель воспитать в них "более глубокое отношение к кино как к искусству". Для этого предлагалось обращать внимание на приемы, которыми пользуется автор картины, как передает "тот или другой элемент содержания" (12, 8-14). В то же время Ю.И.Менжинская беспокоилась о том, "чтобы дети не ощутили в этом какого-то ущемления своих прав. Больше того, в результате вмешательства организатора кинокружка они должны сразу почувствовать, что посещение кино для них еще заманчивее" (12, 8-14).

По мнению К.К.Парамоновой, многие педагоги тех лет начали видеть в кинематографе "не просто учебное пособие, а прежде всего искусство с его огромными возможностями

воспитательного воздействия" (15, 20). По данным Б.Н.Кандырина, только за два месяца 1928 года в Москве киноуроками было охвачено 35 тысяч детей (8, 57). Кинопедагоги перед сеансом проводили вступительные беседы, которым придавалось большое значение: "От удачного построения вступительного слова во многом зависит успешность проведения сеанса. Иногда вступительное слово принимает форму литературного рассказа, вкрапливаются стихотворные отрывки..." (8, 57). Далее имелось в виду, что «во время демонстрации картины лектор проводит обычный урок, иллюстрируя свою речь кадрами, проходящими перед глазами зрителя на экране. По мере надобности просмотренный материал закрепляется после сеанса на занятиях в школе. Программы киноуроков подбираются и монтируются ОДСК (...). Утренники обслуживаются специалистами- кинопедагогами, ведущими работу с детьми, как в фойе, так и в зрительном зале. Форма работы в фойе перед началом сеанса во многом зависит от помещения театра. Обычно с детьми проводятся беседы о просмотренных картинах, любимых актерах, объясняется техника кинотрюков и т.п. (...) Тут же в фойе развешаны плакаты и рисунки, подготавливающие ребят к восприятию фильма. (...) Перед началом сеанса в зрительном зале читается вступительное слово, в котором кинопедагог, не рассказывая содержания картины и почти не касаясь его, вводит зрителей в обстановку и настроение картины. От удачного построения вступительного слова во многом зависит успешность проведения сеанса» (8, 57-58). Российские кинопедагоги тех лет активно использовали также такие формы работы, как организация выпуска стенгазеты с рецензиями, рисунками и заметками о кино самих учащихся, школьные кинокружки и т.д.

С фильмами, просмотр которых предлагался детям, была связана и специально подобранная литература в организуемых читальнях. Среди школьников, регулярно посещающих киноутренники, формировался актив, члены которого дежурили в читальнях, издавали свою стенгазету с рецензиями и зарисовками, помогали педагогам проводить беседы, работали в кружках. Бороться с "вредным и разлагающим влиянием" взрослых фильмов на подрастающее поколение предполагалось с помощью создания специальных детских кинотеатров (так был выдвинут характерный лозунг "Даешь специальный детский кинотеатр!").

В период с 1918 по 1930 год вышли в свет "двенадцать книг, фильмографических изданий и сборников и тридцать одна статья по вопросам, связанным с использованием кино в учебно-воспитательной работе школы" (21,18). К примеру, в 1925 году была опубликована одна из первых в России книг по проблемам кинообразования - «Кинематограф и дети». Ее автор П.И.Люблинский рассуждал о влиянии кино на школьную аудиторию, о возможных педагогических подходах использования экранного искусства в тогдашних условиях (11).

В своей работе "Школьное кино" (1929), Н.Ф.Познанский предложил методические

рекомендации по интеграции литературы и кино. Именно словесное описание кинофильмов являлось, по его мнению, одним из приемов работы. Детям предлагались различные задания, развивающие память и воображение (провести устные аналогии сцен из фильма, словесно воссоздать какие-либо эпизоды картины и т.д.). Большое внимание уделялось лекциям, предварительной подготовке аудитории к восприятию кинофильмов (2, 18).

Другой известный педагог, А.М.Гельмонт (1895-1963), был убежден, что кинопедагогика должна изучать детскую аудиторию (как воспринимают дети разного возраста кино вообще и отдельные типы кинокартин в частности?; какое воздействие оказывает кино на детей?; на какие именно стороны детского поведения оно воздействует? и т.д.), разрабатывать методики «преподнесения детям кинокартин» (объем кинопоказа, техническая оснащенность детского кинотеатра, кинопедагогическая работа с детской аудиторий), помогать созданию специальных фильмов для детской аудитории (4, 9-21). Под редакцией А.М.Гельмонта в 1929 году вышел солидный сборник статей «Кино - дети - школа» (16), в который были включены методические материалы по кинообразованию школьников. В 1933 году А.М.Гельмонт опубликовал еще одну работу - «Изучение детского кинозрителя» (3), где была описана методика анкетирования, бесед, конференций со школьниками, наиболее эффективные приемы анализа сочинений и других письменных работ и продуктов творчества учащихся на темы, связанные с киноискусством.

А.М.Гельмонт предложил создать научно обоснованные методы киноработы с детьми, которые могли дать возможность "сделать кино незаменимым орудием воспитания и образования"(4, 5). Здесь он выдвинул на первый план ряд задач:

-изучение детского кинозрителя;

-разработку методики преподнесения детям кинокартин;

-решение вопроса о времени пребывания детей в кинотеатрах и его освещение;

-создание "советского педагогического фильма" и "опытно-показательного педагогического кинематографа" (4, 57-58).

С.Н.Луначарская, описывая меры Наркомпросса для "кинофикации", подчеркивала необходимость разработки методики ведения кинолекций, организационных форм и приемов руководства ими, выпуска либретто и кинорецензий, рассчитанных на детей (10, 14-16). Отделу народного образования рекомендовалось изыскать средства на приобретение киноаппаратуры для нескольких школ, "которые могли бы служить киностационарами для планомерного применения кино как способа наглядного обучения". Но даже в то время кино не являлось для педагогов лишь техническим средством. "Кроме фильмов - школьных пособий, необходимо создать еще фонд культурных фильмов, которые расширяли бы горизонт учащихся, шире освещали затрагиваемые в курсе темы, обогащали бы его новыми

представлениями, связанными с тем, что он изучает в школе, но все же выходящими из школьного круга. Таковы географические, этнографические, производственные, исторические фильмы" (10, 14-16). Автор обращала внимание также на необходимость производства и показа учащимся художественных фильмов, которые бы соответствовали бы потребностям ребенка, удовлетворяющим воспитательным, эстетическим и идеологическим требованиям. Бесспорно, идеологическая направленность была характерна практически для любой сферы жизни советских людей, что не могло не отразиться на задачах образования, воспитания, а также на произведениях искусства. Медиаобразование, конечно же, не избежало этой участи.

Большое влияние в этот период имели труды мастеров отечественного кинематографа В. Пудовкина, С.Эйзенштейна, Д.Вертова, подготовивших теоретическую и первоначальную практическую базу для развития кинообразования, кинолюбительской сферы. В их работах значительное место занимал вопрос о воспитательных возможностях кинематографа.

С. М.Эйзенштейн выстроил целую систему, где изложил свои взгляды на воспитательный потенциал кинематографа. В данной системе принято выделять несколько важных моментов: во-первых, С.М.Эйзенштейн "последовательно выступил против бездумного отношения к кино, против использования его в развлекательных целях. Во-вторых, он на протяжении всей жизни изучал механизм воздействия фильма на сознание зрителя, чтобы умело управлять процессом формирования мировоззрения" (16, 20-21). "Решающим элементом" С.М.Эйзенштейн считал аудиторию: "Мы хотим при помощи ряда изображений добиться эмоционального, интеллектуального или идеологического воздействия на зрителя" (22, 558-559). Великим достижением фильмов будущего он считал "возможность управлять мыслительным процессом зрителя" (22, 568). При этом С.М.Эйзенштейн высоко ценил работу ОДСК, подчеркивая разностороннюю деятельность этого общества.

В.И.Пудовкин считал, что кинематограф "обладает исключительно мощными возможностями для выражения мыслей и идей самого широкого общечеловеческого порядка" (17, 239). Подчеркивая роль кино в духовном воспитании человечества, режиссер отмечал, что "кино может стать в равной мере источником величайшего добра или же величайшего зла в зависимости от того, чей интеллект или чьи руки создают картину" (17, 395). Кроме того, В.И.Пудовкин одним из первых обратил внимание на важность изучения типологии зрительского восприятия: "Есть такой элемент, который не хочет думать над картиной, и если его толкают на какие-то мыслительные движения, он воспринимает это как насилие над ним" (17, 174).

Несмотря на всякого рода трудности, школьное медиаобразование в 20-х годах набирало силу. Говоря о решающих условиях кинообразования в данный период, Ю.Н.Усов выделял "необходимость педагогического управления в области киноискусства, социологического изучения зрителя, психологии киновосприятия" (20, 79). Уже в те годы большое значение придавалось развивающей функции кинематографа (20, 56). Кроме того, "открытые поэтикой кино 20-х годов перцептивные действия в процессе адекватного восприятия киноповествования были способны поднять школьника на качественно новый уровень

художественного восприятия по сравнению с традиционными искусствами" (20, 78). При этом интегрированное кинообразование на уроках художественно-эстетического цикла решало, по мнению Ю.Н.Усова, три основных задачи для изучения традиционных искусств (кинематографа в том числе): 1)знакомство с основами искусствоведения; 2)развитие творческих способностей школьников; 3)воспитание эстетического отношения к художественным произведениям ("развитие навыков эстетической оценки"). Впрочем, реально произведения кинематографа на уроках литературы использовались с воспитательной, просветительской, и, главное, - идеологической целями (6, 8).

Да и в целом, несмотря на довольно бурную медиаобразовательную деятельность, практически нерешенным остался вопрос изучения в школе кино как искусства. «Кинопедагогика 20-х годов, выделяя отдельные формальные особенности кино, не учитывала целостной структуры художественного воздействия фильма, уникальные возможности пространственно-временной формы повествования, способной гармонично развивать личность школьника, перцептивные способности учащихся не только при встрече с фильмом, но и с другими произведениями искусства» (20, 80-82).

Увы, в художественном образовании тех лет на первый план вышла ориентация на прикладной, утилитарный характер (обучение конкретным навыкам в области хорового пения, изобразительного искусства, фотографии, кино и т.д.), базировавшаяся на принципах коллективизма, доминанты партийно-классовых отношений в обществе и отсутствия внимания к подлинному развитию творческой индивидуальности. При этом в "утилитарноприкладной" модели художественного образования можно выделить следующие этапы: -обучение техническим навыкам рисования, лепки, кино/фотосъемки и т.д. через цикл различных коллективных упражнений;

-обучение изобразительно-иллюстративным навыкам, то есть умению с помощью технико-производственных навыков переходить к копированию, иллюстрированию, самостоятельному созданию элементарных произведений живописи, литературы, кинематографа, фотографии и других видов искусств;

-коллективное обсуждение полученных результатов.

Причем данная модель лишь косвенно ориентировалась на развитие эстетического восприятия искусства и понимание учащимися сложной полифонии выдающихся произведений культуры.

Вместе с тем, в целом медиаобразовательное движение к концу 20-х годов значительно активизировалось. В 1928 году состоялась первая Всероссийская конференция ОДСК, делегаты которой представляли около 60-ти отделений и ячеек. Кроме обсуждения вопросов о роли кино в коллективизации и индустриализации страны, в рамках конференции проводилась

выставка, где демонстрировались успехи и достижения этого общества, была представлена различная киноаппаратура. В том же году в газете ОДСК под названием "Кино" появилась специальная рубрика "Страница кинофотолюбителя", которая регулярно освещала развитие юнкоровского движения.

Впоследствии состоялось несколько пленумов ОДСК, на которых обсуждались наиболее важные вопросы данной организации. На одном из них Я.Рудзутак подверг справедливой критике киноленты, которые готовились документалистами-профессионалами и показывали в основном "парадную сторону" жизни, не всегда отражая повседневную работу людей труда "во всех медвежьих уголках нашей страны". В то же время он констатировал, что кинолюбители, работая над материалом, фиксировали на пленке "всю многогранность нашей жизни", создавая не только весьма ценный исторический, но и культурный материал (7, 11). В самом деле, такое направление кинообразования, как любительская съемка, с помощью ОДСК развивалось весьма успешно. В 1927 г. кинофотосекция этого общества приняла решение заключить соглашение с Совкино об использовании в киножурналах хроники, снятой кинолюбителями (7, 7). Совкино в свою очередь обязалось выделять для кружков ОДСК пленку и киноаппаратуру. Многие кинолюбители отправлялись в экспедиции для съемок отдаленных уголков страны с профессиональными операторами, приобретая ценный опыт для будущей работы и организации новых ячеек ОДСК. Материальную поддержку кинолюбителям предоставляли профсоюзные и партийные организации. Кинолюбители кроме работы над фильмами- хрониками занимались и просветительской киноработой: читали лекции, проводили кинорейды, выставки и т.д.

В связи с тем, что количество кинокружков постоянно росло, возникла необходимость в их объединении. Поэтому ОДСК организовало 25 съемочных кинобаз в разных городах (Ростове-на-Дону, Воронеже и др.), освещавших текущие события на производстве, в сельском хозяйстве и т.п. Репортажи местной хроники выпускались регулярно и использовались во всесоюзных и местных киножурналах, а также демонстрировались на коммерческих сеансах. Популярность кино, в том числе и любительского с одной стороны, и слабая техническая осведомленность самодеятельных кино- и фотокорреспондентов - с другой, привели к тому, что возникла необходимость в консультировании кино/фотокружковцев по техническим вопросам (особенно из отдаленных районов). Для консультационной работы привлекались инструкторы, которые числились в штатном расписании ОДСКФ.

Кинолюбители активно использовали новые методы работы над хроникой. Например, ими применялся так называемый принцип: "Сегодня снимаем - завтра показываем". Этот принцип позволял оперативно освещать события из жизни страны, что, безусловно, имело

немаловажное значение в случаях, когда любительские фильмы использовались в информационных сборниках Совкино.

Историческая обстановка в стране сложилась таким образом, что к концу 20-х годов заметно усилился цензурный контроль практически над всеми средствами массовой коммуникации, включая прессу и радио. Поэтому только любительская киносъемка и фотография была в состоянии более или менее реально отразить жизнь советских людей той эпохи, хотя вскоре и она ощутила над собой сильное цензурное давление, которое, как мы знаем, привело к ликвидации ОДСКФ (в 1929 году ОДСК был переименован в ОДСКФ: Общество друзей советской кинематографии и фотографии), в первой половине 30-х годов.

Пока же кино/фотолюбители продолжали свою работу в разных городах, открывали все новые ячейки и отделения. С конца 20-х годов школы стали оснащаться кинопроекторами и фильмоскопами, началось формирование фильмотек. Большое значение приобретал вопрос об учебном кинематографе, который должен был "вступить в борьбу с экраном городских кино" (14, 62). Педагоги констатировали, что "тяги к знанию через кино у наших ребят мы не улавливаем. Научная картина еще не завоевала их симпатии". В связи с этим нужно "приучать их видеть в кино не пустое развлечение" (14, 61-62). Тем не менее, учебное кино развивалось. В 1928 году совещание по вопросам детского кино приняло резолюцию под названием "Учебно-образовательная лента для детей", где был намечен ряд мер по улучшению работы над учебными и популярными кинолентами. В частности, данная резолюция признала за учебными фильмами "огромное и разностороннее образовательное значение" и призывала применять их в школах всех типов. Кроме того, предполагалось приступить к "методической проработке учебного фильма", так как опыт по использованию учебных кинолент в других странах "не может быть целиком использован ввиду своеобразной системы нашей школы". К важным вопросам методологического характера были отнесены также метраж фильмов, способы их демонстрации, установление "твердой тематики" фильмов и т.д. Методологические и практические подходы должны были прорабатываться в специально организованном "опытном кинокабинете" в Москве. В клубах и на коммерческих сеансах предполагался просмотр популярных лент, а также ставился вопрос о производстве "особых научно-популярных лент для детей".

Острой проблемой оставался и вопрос подготовки профессионалов. Несмотря на то, что первые учебные заведения, готовящие профессиональных кинематографистов, появились еще в 1919 году, в стране чувствовался их дефицит, хотя профессиональных операторов, режиссеров готовили несколько учебных заведений: киношкола в Москве, Высший институт фотографии и фототехники в Ленинграде и др.

В 1929 году произошло объединение организаций кино- и фотолюбителей (ОДСКФ),

так как их деятельность во многом имела общие цели и задачи. И те, и другие освещали жизнь и труд людей, делали репортажи с места событий, активно занимались в кружках и т.д. На наш взгляд, с политической точки зрения этот альянс позволял значительно упростить контроль над медиаобразовательным движением в стране. Кроме этого, в данный исторический период была сильна тенденция к коллективизации и массовости любых объединений (в том числе и творческих). И действительно, к концу 20-х годов ОДСКФ стало самым массовым объединением в области культуры в стране, а к 1930 году количество ее членов составляло около 110 тысяч человек (16, 125). С.М.Эйзенштейн писал: "На каждом крупном заводе, в деревнях созданы филиалы этой организации. Общество производит опрос зрителей, ... интересуется их мнением о каждой картине, собирает их высказывания о форме, о том, понятна ли картина, какие в ней недостатки и насколько она отвечает запросам зрителей" (22, 548).

Однако с 1932 года, то есть с принятия партийного постановления "О перестройке литературно-художественных организаций" и прозвучавшего на нем вывода о "количественном и качественном росте" литературы и искусства, работа ОДСКФ (тогда уже "Общества за пролетарское кино и фотографию") была практически сведена на нет. Власти посчитали, что данная организация уже не нужна.

На первый взгляд, такое решение выглядело парадоксально: зачем надо было уничтожать массовую организацию, находящуюся под строгим идеологическим контролем, провозгласившую своим лозунгом пропаганду социалистических идей и достижений нового строя средствами кино и фотографии? Однако резоны, и довольно основательные, все-таки были. Несмотря на строгую цензуру, клубы ОДСКФ в той или иной степени развивали не только самодеятельное творчество, но и критическое мышление аудитории, а, следовательно, могли вызвать и нежелательные для тогдашних властей мысли, касающиеся не только фотографии, прессы или кино, но и окружающей жизни, социального устройства страны. Да и камеры любителей из ОДСКФ тоже могли снять что-то не слишком парадное, не санкционированное свыше...

В итоге в 1934 году Общество за пролетарское кино и фотографию было ликвидировано, а его бывший руководитель Я.Рудзутак спустя три года был репрессирован сталинским режимом и в 1938 году расстрелян как «враг народа». Были репрессированы и многие другие бывшие члены ОД СК...

1. Учебная дисциплина МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 2. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ
Тема 2.2. Исторические этапы развития медиаобразования в зарубежных странах
3. Цели занятия

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний коммуникационных эффектов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	*История возникновения и развития медиаобразования за рубежом. Особенности развития медиаобразования за рубежом на разных исторических этапах. Основные направления деятельности ведущих зарубежных медиапедагогов*	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. РАЗДЕЛ 2. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ
Тема 2.2. Исторические этапы развития медиаобразования в зарубежных странах
Текст лекции

Становление медиаобразования в зарубежных странах в 20-х - 40-х годах XX века

Медиаобразовательное движение начального этапа, как известно, зародилось в Западной Европе и опиралось в основном на материал кинематографа и прессы.

Лидером европейского медиаобразования, бесспорно, была родоначальница кинематографа - ***Франция.*** Еще в 1915 году одна из парламентских комиссий обратилась к министерству образования с рекомендациями по использованию кинематографа в учебном процессе. С 1921 году в Париже возникло киноклубное движение, отличавшееся ярко выраженными медиаобразовательными целями. Параллельно во многих учебных заведениях активно развивалось движение юных журналистов. С легкой руки знаменитого французского педагога С.Френе (C.Freinet) выпускаются школьные, лицейские и университетские газеты [Freinet, 1927].

Уже в 1922 году во Франции прошла первая национальная конференция региональных отделений кинообразования (offices regionaux du cinema educateur). На одном из педагогических конгрессов было предложено готовить кинопедагогов в университетах [Martineau, 1988, p.28].

В 1929 году эти отделения стали на путь объединения, которое окончательно завершилось в 1933 году, когда возник Французский союз региональных кинообразовательных отделений (Union francaise des offices du cinema educateur laique). К концу 30-х годов количество кинозалов в различных учебных заведениях и организациях достигло 23 тысяч.

В 1936 году французская Лига образования инициировала создание движения «Кино и молодежь» (Cine-Jeunes), которое объединило детей, участвующих в обсуждении фильмов, развивающих критическое мышление и художественный вкус, творческие способности [Chevallier, 1980, p.9].

Нацистская оккупация прервала интенсивное развитие медиаобразования во Франции, однако после 1945 года оно получило новый импульс. Возникла Федерация киноклубов Франции (Federation francaise des cine-clubs). Начался выпуск журнала «Образование и кино».

В октябре 1947 года под патронажем Министерства по делам молодежи и спорта Франции был открыт Национальный институт молодежи и массового образования (L'l.N.J.E.P. - Institute national de la jeunesse et de Feducation populair). Целью этой организации стала поддержка образования молодежи во всех формах, в том числе и средствами медиа (ее архив насчитывает сегодня более 40000 изданий, включая работы по педагогике).

В марте 1949 года во Франции состоялась педагогическая конференция, на которой были предложены следующие направления развития медиаобразования:
-дальнейшее развитие сети киноклубов, деятельность которых включала бы: изучение истории и языка кинематографа, его связи с различными видами искусств; анализ и обсуждение фильмов; проведение практических занятий по съемке и монтажу;
-содействие в плане подготовки медиапедагогов (стажировки и т.д.);
-создание специального отдела для материального снабжения учебных заведений и киноклубов аудиовизуальной техникой [Cahiers pedagogiques, 1986, p.6].

В целом во Франции тех лет доминировали «практическая», «эстетическая» и «защитная» теории медиаобразования.

История медиаобразования в ***Великобритании*** также насчитывает уже несколько десятилетий. Еще в 1929 году Британское управление образованием убеждало преподавателей развивать у учащихся уровни вкуса и оценки кинофильмов [Brown, 1991, p.57]. Как и во многих других странах, это движение началось с кинообразования, а затем охватило более широкий спектр (пресса, радио, телевидение, видео, реклама, Интернет и т.д.).

В Британии существует несколько организаций, занимающихся различными вопросами медиаобразования. Среди них можно выделить Британский киноинститут (British Film Institute - BFI), основанный правительством в 1933 году. В институте есть отдел образования, обладающий уникальной коллекцией книг (41000 экземпляров на 15-ти языках), журналов

(145000 номеров из 45 стран мира) и газет (2000000 номеров), так или иначе имеющих отношение к медиакультуре. Отдел образования в течение многих лет проводит конференции и семинары, медиакурсы для учителей, осуществляет масштабные исследования, публикует книги, учебные пособия и методические рекомендации для педагогов.

В 30-х годах XX века британское медиаобразование (впрочем, тогда данный термин не употреблялся, речь шла об обучении с применением средств массовой информации - кино, радио, прессы) развивалось в основном согласно «предохранительной», «прививочной» парадигме *(the inoculative paradigm),* направленной на противостояние вредному влиянию медиа.

История медиаобразования в ***Германии,*** по сути, началась еще в XVII веке с инициативы знаменитого педагога Яна Амоса Коменского (1592-1670), который весьма оптимистично отнесся к тогдашней новинке - прессе. Я.А.Коменский был убежден, что газета может развивать лингвистические способности учащихся, дать им полезную информацию по текущим событиям и географии.

В эпоху Веймарской республики (20-е годы XX века) о роли медиа в обществе и проблемах образования шли довольно широкие споры, которые велись, в частности З.Кракауэром (Siegfrid Kracauer), Р.Арнхеймом (Rudolf Amheim), В.Беньямином (Walter Benjamin) и Б.Брехтом (Bertolt Brecht). Далее последовал мрачный период нацизма (1934-1945), когда медиа были превращены властями в послушный инструмент пропаганды...

Доминанта «художественной концепции» в медиаобразовании на Западе в 50-х - 60-х годах XX века

Франция продолжала лидировать в мировом медиаобразовательном процессе этого периода. С 1952 года стали проводиться курсы аудиовизуального образования для педагогов. В связи с бурным развитием радио и телевидения Французский союз региональных кинообразовательных отделений (Union francaise des offices du cinema educateur laique - U.F.O.C.E.L.) в 1953 году был переименован во Французский союз аудиовизуального образования (Union francaise des oeuvre laiques d'education par image et par le son - U.F.O.I.E.I.S.). В 1966 году возникла Ассоциация «Пресса - Информация - Молодежь» (Association Press - Information - Jeunesse).

В 1963 году в документах Министерства образования Франции нашли отражение идеи эстетической теории медиаобразования. Поощрялись (в том числе и материально) стремления учителей к кинообразованию учащихся

(изучение истории, языка, жанров киноискусства, техники съемки, оценка эстетических качеств фильмов).

К дискуссии о медиаобразовании подключился и один из его основоположников - С.Фрейе, отметивший, что кино и фотография - не только развлечение и средство обучения, не только искусство, но новая форма мышления и самовыражения [Freinet, 1963, p.12]. Он был убежден, что «школьники должны овладеть языком аудиовизуальных медиа» [Freinet, 1963, p.4] по аналогии с практическим познанием азов живописи. Ведь если вы сами не рисуете и смотрите на картину, это одно, а если вы сами умеете рисовать, то лучше сможете оценить работу другого художника» [Freinet, 1963, p.13].

С начала 60-х годов школьное и университетское аудиовизуальное образование (курсы по кинообразованию читались в 23-х университетах) развивалось под влиянием достижений европейского «авторского кино», прежде всего французской «новой волны» (nouvelle vague). В киноклубах 60-х большой популярностью пользовались леворадикальные идеи антиколониального (начало 60-х) и маоистского (вторая половина 60-х) толка, что неоднократно приводило к конфликтам с властями. Однако у киноклубного движения были и критики. К примеру, отмечалось, что «ведущий киноклуба, избежавший опасностей субъективности и неопределенности, слишком часто впадал холодный анализ «технологий». Этот подход ... в медиаобразовании подается иногда под покрытием фразеологии, заимствованной из семиотики, но без полного понимания семиотического подхода» [Bennett, 1977, p.14].

И хотя курсы по киноискусству и журналистике преподавались почти во всех французских университетах, медиаобразование в школах долгое время было в основном факультативным. Одна из первых попыток ввести изучение медиа в школьный учебный план была предпринята во Франции в середине 60- х. По инициативе Лионского Института языков и Лионского Католического университета программы медиаобразования были внедрены в двух сотнях начальных школах и в более сотни средних школ Франции.

С 50-х годов XX века в ***Бельгии*** также стало активно развиваться

кинообразование. В 1961 году профессор Католического Левенского университета Дж.М.Петерс (J.M.Peters) в материале, подготовленном для ЮНЕСКО, подчеркивал, что кинообразование помогает учащимся развивать критическое мышление, аналитические способности, эстетическое восприятие, что, бесспорно, обогащает их жизненный опыт, хотя не менее значимыми являются и внеэстетические - социальные, этические и духовные аспекты контакта аудитории с фильмом.

В 1950 году в ***Британии*** первоначально сформировалась концепция «экранного образования», когда «три школьных учителя основали Общество кино/телеобразования (Society for Education in Film and Television (SEFT). ... Термин «экранное образование» (screen education) появился как международный в начале 1960-х. До этого был больше распространен термин «кинообразование» (film education), но с развитием телевидения возникло убеждение, что два экранных медиа должны быть соединены для образовательных целей» [Moore, 1969, p.10]. Под воздействием теории «авторского кинематографа», медиаобразование в Британии было связано в 60- х годах XX века с изучением «медиа как популярной культуры» в лучших ее образцах *(popular arts paradigm*). В то же время на развитие медиаобразования в Британии определенное влияние оказали идеи выдающегося канадского исследователя медиакультуры М.Маклюэна (M.McLuhan). И хотя в 1964 году «не больше чем в дюжине из 235 педагогических колледжей Англии и Уэльса предлагали студентам вспомогательные курсы по экранному образованию» [Marcussen, 1964, p.73], начиная с 60-х, медиакультура в том или ином виде стала изучаться в большинстве британских университетов.

Главная проблема состояла в том, чтобы найти необходимое время для медиаобразования в школьном расписании. В ряде школ в Англии в начале 60-х экранное образование успешно преподавалось автономно. Но уже тогда британские медиапедагоги полагали, что медиаобразование должно быть «представлено шире, ... и более логично связать экранное образование с преподаванием родного языка» [Higgins, 1964, p.51].

Отчетливую ориентацию британских педагогов 60-х в сторону эстетической теории медиаобразования можно проследить в учебной программе, подготовленной А.Ходгкинсоном (Hodgkinson) с целями: «увеличить понимание и удовольствие, получаемые учащимися от телевидения и кино; их познание человеческого общества и индивидуальной уникальности; обеспечить самозащиту против коммерческой и другой эксплуатации; поощрить самовыражение не только в традиционных формах (разговор, письмо, рисунок, и т.д.) но на языке экрана (создание фильмов)» [Hodgkinson, 1964, P-26].

Тематический план этой учебной программы выглядел следующим образом: «Первый год обучения:

1. Введение: потребность в коммуникации: ее характер и формы; экранная коммуникация.
2. Основы: фотография, оптика, восприятие, постоянство видения, техническое развитие кинематографа, телевидения.
3. История: родословная кино и телевидения: изучение основных этапов развития и т.д. Сюжет в фильме.
4. Грамматика экрана: изображения, движение, звук. Простой технический словарь («съемка», «редактирование» и т.д).

Второй год обучения:

1. Кинопроизводство: производство, прокат, продажа, прибыль. Влияние аудитории. Роль критики.
2. Телевизионная промышленность: компании, производящие передачи и рекламу. Законы о ТВ. Будущее телевидения.
3. Процесс создания фильмов.
4. Те ле производство: различия между кино- и телепроизводством.
5. Экран и другие искусства: Сравнения с литературой, драмой, поэзией, и т.д.

Третий год обучения:

1. Дальнейший анализ и обсуждение избранных фильмов и фрагментов, с акцентом на содержании. Тематика фильмов: вестерны, путешествия, преступления, войны, и т.д. Обсуждение текущего репертуара телевидения и кино. Опыт критического анализа.
2. Упражнения в написании сценариев, основанных на простых случаях, которые могут быть легко сняты в учебных условиях в качестве упражнения.
3. Съемка фильма» [Hodgkinson, 1964, p.26-27].

Британские медиапедагоги тех лет хорошо понимали дискриминационный подход эстетической теории медиаобразования. «Дискриминация/разборчивость означает ... обнаружение разницы между явлениями/нредметами. ... Обучение дискриминации/разборчивости означает обучение выявления различия между хорошими и плохими фильмами. ... Цель в том, чтобы научить детей не только выявлять, но и обоснованно предпочитать хорошее» [Higgins, 1964, pp.31-32].

Медиаобразование в ***Германии*** развивалось более медленными темпами. Лишь к 60-м годам XX века немецкие педагоги стали рассматривать медиа не только как «технические средства обучения» или «вспомогательный инструмент» к уроку, но и как предмет для отдельного изучения. В это время сильное распространение получили идеи французского семиотика Х.Метца

(Christian Metz). Идеи К.Метца, в частности, стали основой для медийных учебных курсов Берлинского технического университета и Мюнстрского университета.

Медиаобразование в ***Швейцарии*** развивалось под влиянием французской и немецкой медиапедагогики. Швейцария - многонациональная и многоязыковая страна. 64% процента швейцарцев говорят по-немецки (главные города - Берн, Цюрих и Базель), 19% - по-французски (главные города - Женева и Лозанна), 8% - по-итальянски (главные города - Лугано и Локарно), 0,6% - по-ретроромански (при этом 20% швейцарского населения - иностранцы, например, многочисленные чиновники аппаратов ООН и ЮНИСЕФ в Женеве). Швейцария - федеративное государство, где каждый из 26-ти кантонов имеет свой собственный учебный план. Начиная с 20-х годов медиаобразование в Швейцарии было основано на частных инициативах, и ограничивалось акциями в плане дополнительного образования. В 50-х - 60-х годах (как, впрочем, и в настоящее время) здесь не было четких стандартов изучения медиакультуры в школах. Учебные планы некоторых кантонов лишь содержали общие цели медиаобразования, но нигде не было сказано о его конкретных методах и инструментах. Таким образом, преподаватели интерпретировали учебный план индивидуально (то есть от нулевой медиаобразовательной составляющей до продвинутых курсов, опирающихся на передовые достижения медиапедагогов). В 60-х годах XX века в Швейцарии получил довольно широкое распространение медиаобразовательный подход развития критического мышления, интегрированный в дисциплины по искусству и родному языку. В некоторых гимназиях медиакультура преподавалась даже как самостоятельный предмет.

Медиаобразование в ***Голландии*** долгое время ограничивались специальными показами в молодежных клубах и организациях без дальнейшего продолжения педагогической работы. «Наиболее активными были религиозные организации, которые создали специализированные учреждения - две протестантских и одну католическую - для обеспечения информацией относительно качества фильмов и их обсуждения. Очень важно, они также

организовывали кинообразование молодежи и преподавателей. Эти курсы отличались настойчивым морализаторством и сформировали первую группу голландских кинопедагогов» [Kruger, 1977, p.34].

В 1968 году медиаобразование в Нидерландах получило дополнительный импульс: новый закон для средних школ. В нем был сделал серьезный акцент на развитии способностей ребенка. Курсы по киноискусству смогли теперь официально стать факультативами в средних школах, что было первым шагом к официальной интеграции аудиовизуального образования в расписание.

Вместе с тем, наиболее важным был третий этап мер, предпринятых голландским правительством. В 1969 стартовали курсы экранного образования для преподавателей (240 часов). По их окончании удостоверения выдавались только тем педагогам, кто успешно выполнял творческий медиаобразовательный проект с их собственным классом и готовил об этом письменный отчет [Kruger, 1977, p.34].

Как и во многих других странах, медиаобразование в ***Скандинавии*** возникло еще в 20-х годах (сначала на материале кинематографа). В Дании, к примеру, с 1961 по 1969 год целая глава официального образовательного школьного стандарта была посвящена экранным искусствам. Для поддержки медиаобразования в 1966 была создана Dansk Filmlaererforening (Национальная Ассоциация кинопедагогов), она начала активно выпускать медиаобразовательную литературу и способствовать обмену идеями между преподавателями. Министерство образования Дании продолжило финансировать курсы по медиа. Новые преобразования учебных планов во всех датских школах начались в 1969 году [Pedersen, 1977, pp.48-49].

Были намечены «четыре важных области медиаобразования: а) просмотр и анализ экранных произведений; Ь) сравнение литературных текстов и фильмов; с) подробный анализ произведений киноискусства; d) изучение телевидения» [Pedersen, 1977, p.50].

В рамках кинообразовательной парадигмы, ориентированной на эстетическую концепцию, развивалось медиаобразование в Финляндии,

Норвегии и Швеции.

Медиаобразование на американском континенте до 50-х годов находилось в зачаточном состоянии. Известно, что ***Канада*** - родина знаменитого теоретика медиа - М.Маклюэна (M.McLuhan). Именно он еще в 50-е годы разработал первый в стране специальный учебный курс, касающийся изучения медиакультуры. Как и во многих других странах, история медиаобразования в Канаде началась с курсов по основам киноискусства. В 60- х годах XX века кинообразование стало обычным явлением в канадских средних школах [Andersen, Duncan & Pungente, 1999, p.140]. Это движение получило название Screen Education - «Экранное образование». В 1968 Отдел образования в Онтарио учредил новую должность ассистента в области экранного образования [Moore, 1969, p.П]. В это же время была создана первая организация, объединившая канадских медиапедагогов - Канадская ассоциация экранного образования [CASE: Canadian Association for Screen Education], которая в 1969 году провела первую масштабную национальную конференцию в Торонто.

Как и в Британии, канадские медиапедагоги тех лет в своих практических действиях опирались в основном на эстетическую/дискриминационную теорию медиаобразования: «идея экранного образования, - писали они в инструктивном документе, - состоит в том, чтобы избавить детей от пассивного просмотра фильмов и телепередач, чтобы научить их оценке, повышать уровень их избирательности, восприятия и анализа экранных медиатекстов, увеличивать их удовольствие от контакта с экраном, их понимание киномастерства. ... Есть две стороны этого. Первый относится к оценке фильма и телепередачи как художественным произведениям. Другой должен помочь молодежи выработать самозащиту против возможной манипуляции/эксплуатации, помочь учащимся объективно справиться с огромной властью визуальных медиа. Короче говоря, цель экранного образования в том, чтобы научить молодежь критическому пониманию и избирательности/дискриминации - видеть различия между хорошими и плохими фильмами/телепередачами ... и, идя далее, учить их предпочитать и воспринимать лучшее» [Stewart, and Nuttall, 1969, p.5].

Подтверждение такого рода эстетической ориентации мы находим в трудах канадского медиапедагога Дж.Мура: «Мы должны столкнуться с прямыми вызовами экрана - не только из-за степени влияния телевидения и фильмов, но также и потому, что они могут обеспечивать нас богатым опытом культуры и способностью к высоким уровням художественного развития» [Moore, 1969, p.9].

Еще в 1911 году, когда в ***США*** был основан Национальный Совет преподавателей английского языка (National Council of Teachers of English), педагоги обсуждали тему образовательное значение кинофильмов [Costanzo, 1992, p.73]. Так что медиаобразование в США в какой-то степени существовало в виде отдельных направлений с 20-х - 30-х годов XX века (кинообразование, медиаобразование на материале прессы и радио). К примеру, профессор Э.Дэйл (Edgar Dale) из университета Огайо пропагандировал школьное медиаобразование на материале прессы еще в конце 1930-х. Однако обучение такого рода касалось в основном специализированных факультетов (кинематографии, журналистики) немногих университетов и не носило массового характера. Однако с 1958 года в США стала внедряться в школах программа «Газета в классе», которая спонсировалась прессой через Американскую Газетную Ассоциацию (American Newspaper Publishers Association (ANPA). В нее были вовлечены 95000 преподавателей из 34000 школ и больше пяти миллионов учащихся [Sim, 1977, p.75].

И если к концу 1940-х, только пять американских университетов имели кинофакультеты, то к началу 1950-х, по крайней мере, еще полдюжины вузов предлагали широкий спектр учебных кинокурсов. А к середине 60-х годов курсы по радио и телевидению читались уже в двух сотнях колледжей, и число такого рода курсов превысило две тысячи» [Marcussen, 1964, p.74].

В 60-х годах медиаобразование в США, как и во многих других ведущих странах мира (во Франции, Канаде, Великобритании), концентрировалось вокруг кинообразования (film education). В частности, получило довольно широкое распространение практическое кинообразование, основанное на том, что

школьники или студенты под руководством педагога пытались снимать короткие документальные и игровые фильмы на восьмимиллиметровой пленке. Этот вид деятельности стал возможен благодаря тому, что именно в 60-х годах поступили в массовую продажу относительно недорогие, компактные любительские кинокамеры, соответствующие им пленки, химические реактивы и т.д. Была создана сеть лабораторий (в том числе - университетских и школьных), способных проявлять и отпечатывать снятые любителями киноленты. В эти годы в Америке возникла первая ассоциация деятелей экранного образования (Association for Screen Education). В 1969 году на базе университетов штатов Юта и Огайо была разработана серия материалов по развитию «критического видения» *{critical viewing)* для внедрения в Орегоне, Сиракузах, Нью-Йорке, Лас-Вегасе, Неваде и Флориде [Tyner, 1999]. Таким образом, кинообразование стало первой ступенькой к современному медиаобразованию.

Однако в большинстве случаев «экранное» медиаобразование использовало медиатехнику (к примеру, учащиеся овладевали умениями обращаться с кино-телеаппаратурой), а не изучало собственно медиакультуру. То есть с помощью аудиовизуальной аппаратуры снимались какие-то сюжеты, или медиаматериалы служили иллюстрацией к коллективным дискуссиям на актуальные социальные темы (например, о вьетнамской войне, защите гражданских прав и т.д.). Хотя уже тогда в Америке было немало учителей, посвящавших занятия изучению киноязыка, эстетике фильма.

Конечно, школьное медиаобразование в США не было обязательным. Но учителя-энтузиасты пытались расширить рамки медиапредпочтений своих учеников, вывести их из замкнутого круга «поп-культуры» (pop culture), заинтересовать шедеврами искусства (art house). Предполагалось, что таким путем можно развить художественное восприятие аудитории до степени адекватного понимания творчества О.Уэллса (O.Welles) или С.Кубрика (S.Kubrick). Это эстетическое/художественное медиаобразование (*aesthetical approach, media as popular art approach*) в степени «избирательности» или «локальности» спектра медиа перекликалось с так называемым «инъекционным»

или «прививочным» подходом (*inoculation approach*) и подходом «гражданской защиты» *(civil defence*), возникшими еще в 30-е и 40-е годы XX века и критиковавшимися многими исследователями [L.Masterman и др.]. Правда, эстетическое медиаобразование выбирало из спектра медиа только художественные медиатексты в надежде научить аудиторию ценить шедевры *(art house*) и отвергать халтуру *(trashy* А «инъекционное» ограничивалось концентрацией на отрицательном воздействии медиатекстов, содержащих изображение насилия и прочих негативных явлений в социуме. Педагоги хотели с помощью медиаобразования защитить учащихся от воздействия медиа на их мораль и поведение.

60-е годы стали «золотым веком» для художественного подхода к медиаобразованию в США, правда, в основном в сфере высшей школы. Многие университеты включили в свои учебные планы курсы кинообразования (film studies), основанного на изучении киноязыка, истории киноискусства и творчества крупнейших мастеров экрана [Masterman, 1997. pp.22-23]. Такого рода курсы, как правило, строились по аналогии с курсами теории и истории литературы. Правда, выявлению разницы между «хорошим» и «плохим» фильмом мешала размытость понятия «хорошего эстетического восприятия и вкуса» и слабая разработка критериев художественной ценности медиатекста. Ведь часто за рамками занятий по медиаобразованию оставались вопросы типа: «Для кого и для чего тот или иной медиатекст представляет художественную ценность? По какому критерию можно вообще судить, что этот медиатекст ценен?» [Masterman, 1997, p.24]. Кроме того, подходы художественного медиаобразования, действительно, оставляли в стороне информационную сферу медиа - прессу, радио и теленовости. Сторонники «кристально чистого» художественного медиаобразования не затрагивали и такие стороны процесса, как производство, тиражирование, контроль и потребление медиатекстов. Впрочем, здесь следует сделать оговорку, что на практике один и тот же медиапедагог мог включать в программу курса по медиаобразованию сразу несколько его направлений (к примеру, «инъекционное», этическое и

художественное, развивать эстетическое восприятие и одновременно рассматривать проблемы создания медиатекстов и взаимоотношений медиа с аудиторией).

В 1962 году в Осло состоялась представительная международная конференция по «экранному» медиаобразованию. В ее итоговом документе были определены следующие приоритетные цели: «помочь зрителям лучше понимать то, что они видят на экране; поощрять аудиторию к осознанному выбору в экранных предпочтениях; способствовать большей компетентности аудитории в своих суждениях, чтобы извлекать больше пользы из тех произведений (документальных и игровых), которые могут обогатить их жизнь» [Recommendation..., 1964, p.78]. Среди рекомендаций, принятых конференцией, можно выделить следующие:

-введение и интеграцию экранного образования в расписание учебных заведений (средних и высших), в неофициальное и внешкольное экранное образование при наличии необходимых медиаматериалов и средств получения их;

-уделение внимания телевизионным аспектам экранного образования;

-подготовку преподавателей экранного образования («мы обращаемся к министерствам образования, властям и другим учреждениям не только, чтобы поддержать то, что уже сделается, и поощрить преподавателей включаться в экранное образование, но также, чтобы расширять это в направлении для более всесторонних курсов для преподавателей. ... Курсы изучения экранных медиа должны быть внедрены в учебные планы педагогических вузов»);

-расширение международного сотрудничества в области экранного медиаобразования» [Recommendation..., 1964, pp.77-79].

Основные тенденции развития медиаобразования на Западе в 70-х - 80-х годах XX века

Развитию медиаобразования на всех этапах его существования помогала существенная поддержка ЮНЕСКО. В середине 70-х годов ЮНЕСКО заявило не

только о своей полной поддержке медиаобразования, но и о медиаобразовании, как о приоритетном направлении на ближайшие десятилетия. С 1972 года медиаобразовательные аспекты включены в программные документы Министерства образования ***Франции.*** В 1975 году был основан Institute de formation aux activites de la culture cinematographique - I.F.A.C.C. (Институт подготовки кадров для развития кинематографической культуры), ожививший процесс медиаобразования в вузах, теперь в большей степени ориентированного на семиотическую теорию. А в 1976 году медиаобразование впервые официально стало компонентом национального учебного плана средних учебных заведений.

Вот как выглядели медиаобразовательные задачи в министерском циркуляре по художественному воспитанию 1977 года:

1) «используя короткометражные сюжеты о зарождении кинематографа, заниматься с учащимися практическими упражнениями по разложению процесса движения на его отдельные компоненты и наоборот;
2) ввести понятие жанра фильма или телепередачи;
3) использовать практические занятия на основе фотографий, афиш, комиксов, для ознакомления учащихся со структурой изображения и его возможностями;
4) объяснять на конкретных примерах как происходит создание фильма (сценарий, съёмка, трюки, эффекты, озвучивание, монтаж);
5) опираясь на искусство фотографии, постепенно подвести учащихся к созданию собственных коротких фильмов (2-3 минуты, без звука);
6) выбирать с учащимися музыкальные отрывки, которые могли бы сопровождать некоторые эпизоды, комментировать звуковой и музыкальный ряд известных фильмов;
7) проводить практические занятия по звукозаписи;
8) организовывать обсуждения известных фильмов, соответствующих возрасту и интересам учащихся, стимулируя их к высказыванию собственной оценки, её аргументации, анализу увиденного» [Chevallier, 1980, p.13].

На выполнение этих задач в школах рекомендовалось отводить до 10% учебного времени.

В министерском документе 1978 года можно отчетливо проследить синтез «эстетической» и «практической» медиаобразовательных концепций: - «приобщать школьников к съёмкам собственных фото/видеосюжетов с использованием различных типов аппаратов и объективов;

-познакомить аудиторию с историческими этапами развития кинематографа и его техническими возможностями;
-дать понятие жанра (вестерн, комедия, драма, трагедия и т.д.);
-посредством просмотра выдающихся произведений кинематографа изучать творчество великих режиссёров, сценаристов и т.д.;
-на практическом уровне организовывать создание самими учащимися небольших видеоматериалов, как немых, так и озвученных» [Chevallier, 1980, p.14].

Начиная с 1979 года медиаобразование (education aux medias) во Франции было поддержано сразу несколькими французскими министерствами. Например, вплоть до 1983 года при патронаже Министерств образования, развлечений и спорта осуществлялся проект «Активный юный телезритель» (Le telespectateur actif). Он охватывал очень широкие слои общества - родителей, учителей, организаторов молодежных клубов и т.д. Проводились исследования влияния телевидения на детскую и молодежную аудиторию, выяснялась роль ТВ в жизни молодых зрителей. Организация, возникшая на основе этого проекта, называется APTE (Audiovisuell pour tons dans Г education) - «Аудиовизуальные медиа в образовании для всех». APTE издает специальный журнал, который выходит три раза в год.

В рамках Министерства образования Франции существует Национальный Центр педагогической документации (Centre National de la Documentation Pedagogique - CNDP). Это главная организация для 22 региональных центров (Centre Regional de la Documentation Pedagogique - CRDP). Внутри регионов существуют департаменты (Centre Departemental de la Documentation Pedagogique - CDDP). А иногда и отдельные местные центры (Centre Local de la Documentation Pedagogique). Эти центры служат научному и практическому обмену опытом между педагогами. К примеру, CDDP департамента Жироны уделяет основное внимание научному руководству Недели прессы в школе. Центральный офис CNDP в Париже занимается больше фундаментальными исследованиями, но также осуществляет собственные медиапроекты. Главной

целью, однако, остается исследование медиа и их воздействий. Другой серьезной инициативой в данном направлении стала акция Регионального Центра педагогической документации в Бордо под руководством Рене Ла Б орд ери (R. La Borderie). Проект назывался «Введение в аудиовизуальную культуру», а потом был переименован во «Введение в коммуникацию и медиа». В рамках этого проекта школьники изучали различные формы медиа (прессу, рекламу, учебную литературу и т.д.), выполняли творческие задания и т.д.

Важную роль в системе французского медиаобразования играет и Национальный аудиовизуальный институт (L'LN.A. - L'Institute National de 1'Audiovisuel), созданный в 1974 году. Его инновационный отдел обладает впечатляющей коллекцией исследований, аудиовизуальных материалов, публикаций, касающихся медиа (в основном - телевидения и радио).

Показательным проектом в сфере медиаобразования во Франции стала Неделя прессы в школе (Semaine de la Presse dans 1'ecole), которая проводится с 1976 года. При этом понятие «пресса» не ограничивается лишь печатными медиа, но включает в себя также радио или телевизионное вещание (преимущественно региональных станций). Неделя прессы нацелена на совместную работу школьников с профессиональными журналистами. Как правило, учащиеся сами должны выяснить способы функционирования медиа, это происходит с помощью learning by doing (обучение через деятельность), в том числе в цикле имитационных творческих заданий (то есть заданий, практически имитирующих процесс создания медиатекстов различных видов и жанров). В Неделе прессы, как правило, участвуют около 7000 французских школ. Так только в 1996 году Неделей прессы было охвачено четыре миллиона школьников и 250 тысяч педагогов, около 600 средств информации (местных и региональных газет, телеканалов, радиостанций, издательств и т.д.).

В 1982 году известный французский медиапедагог и исследователь Ж.Гонне (J.Gonnet) обратился в Министерство образования Франции с предложением создать национальный медиаобразовательный центр, который смог бы помочь педагогам учебных заведений различного типа эффективно

внедрять средства массовой информации в образовательный процесс. Совместно с П.Вандевурдом (P.Vandevoorde) он выделил следующие главные цели будущего центра:

«1)развивать критическое мышление путем сравнения различных источников информации и формировать более активных и ответственных граждан;

2) развивать дух толерантности, способность услышать аргументы друг друга, понимание плюрализма идей, их относительности;

3) внедрить динамичные педагогические инновации, касающиеся учебных заведений всех уровней;

4) покончить с изоляцией школы от медиа, то есть установить тесные отношения с жизненными реалиями;

5) использовать преимущества специфических форм печатной и аудиовизуальной культуры в нашем обществе» [CLEMI, p.12].

План Ж.Гонне был не только одобрен, но и поддержан Министерством образования материально - 26 апреля 1983 года в Париже был официально открыт Центр связи образования и средств информации (Centre de liaison de 1'inseignement et des moyens d'information - CLEMI). Директором центра был назначен профессор Жак Гонне.

CLEMI вот уже два десятка лет активно работает не только в Париже, но и практически во всех французских провинциях и франкофонных «заморских территориях». Со времени своего основания CLEMI способствует внедрению медиа в процесс обучения, проводит регулярные курсы для учителей, выпускает газеты и журналы, книги, освещающие проблемы медиаобразования, накапливает базу документальных ресурсов по проблемам медиакультуры и медиапедагогики.

Несмотря на то, что французские учебные заведения (а это в основном - государственные учреждения) испытывают постоянную нехватку финансирования, еще в 1985-1986 годах правительство Франции осуществило знаменательный проект компьютеризации школ в рамках программы «Информатика для всех». Правда, тогда была использована система государственного французского концерна «Томпсон», уже и в то время далеко не самая современная (поэтому даже сегодня не все французские школы имеют

доступ к Интернету). К тому же во Франции существует собственная сетевая компьютерная система (Minitel), которая, увы, скорее, ухудшает, чем улучшает приобщение французов к международной сети. Долгое время тормозило широкое внедрение Интернета во Франции и влиятельная компания France Telecom (FT), которая поддерживала слишком высокие цены на свои услуги.

По похожей орбите развивалось медиаобразование в ***Бельгии.*** В начале 70-х там были созданы инспекционные службы аудиовизуальных средств в образовании, а в 1975 году открылся аудиовизуальный центр в Льеже.

Романская часть ***Швейцарии*** также всегда находилась в сфере парижского притяжения. С 1976 года в Женеве при активном участии медиапедагогов из Аудиовизуального Совета (C.A.V. - Conseil de 1'audiovisuel) свыше 3000 школьников прошли курсы кинообразования [Conseil de 1'audiovisuel, 1998]. С приходом видео в 80-х годах XX века стал более распространенным так называемый практический подход в медиаобразовании, когда основное внимание уделялось созданию учащимися своих собственных аудиовизуальных медиатекстов [Suss, Bernhard and Schlienger, 2002].

В 70-х - 80-х годах XX века медиаобразование в ***Британии*** расширилось с созданием новых кинообразовательных курсов для средней школы и позже новых курсов по медиа, которые были включены в экзаменационный список для 16-18-летних учащихся. В связи с развитием семиотических теорий в 70-х годах медиаобразование стало больше ориентироваться на структуралистскую трактовку медиатекстов как знаковых систем (semiotic/representation paradigm). Эти направления были впервые довольно подробно описаны и проанализированы Л.Мастерманом [Masterman, 1997, pp.20-32 и др. его работы].

С 1975 года открыт The English and Media Centre - независимая некоммерческая образовательная организация. Ее деятельность тоже направлена на развитие медиаобразования в Соединенном Королевстве (магистратура по медиаобразованию в Лондонском университете, семинары, конференции, публикация книг, учебников, пособий, журнала *English and Media Magazine,* разработка и выпуск CD-ROMов и т.д.).

Большим влиянием в 70-х годах XX века пользовалась теория журнала Screen, которая «завуалировано была рассчитана на элитную часть преподавателей. Аудитория медиа в основном считалась обманутой и управляемой (часто на иррациональном уровне): школьным учителям предписывалось разоблачать «доминирующую идеологию» медиатекстов, непосредственно нападая на источники удовольствия и предпочтения учащихся. На учителей возлагалась миссия членов теоретического авангарда, ответственных за предупреждение масс о медийных манипуляциях. ... Позже задача медиаобразования в школах перешла к журналу *Screen Education* (дочернему изданию *Screen*), и именно здесь наиболее остро обнаружились противоречия. Однако главная проблема здесь состояла в том, что монополистический анализ идеологической роли медиа также должен был примениться к образованию в целом. ... система образования была расценена как главный идеологический государственный аппарат с функцией идеологического воспроизводства [Buckingham, 1990, p.5].

Возможность использования видеотехники и расширение влияния ТВ сделало работу на телематериале базовой для британской модели медиаобразования. Однако вплоть до 80-х годов XX века оно осуществлялось только в тех школах, где были учителя-энтузиасты, заинтересованные в том, чтобы их ученики могли лучше ориентироваться в мире массовой информации.

Коренные изменения произошли лишь в 1988-1989 годах, когда по инициативе образовательного отдела Британского киноинститута (British Film Institute - BFI) в 1988-1989 годах медиаобразование впервые стало составной частью национальных учебных планов в Англии и Уэльсе. При этом наиболее эффективным путем медиаобразования был признан интеграционный подход. Изучение медиакультуры предусматривалось в рамках такого обязательного предмета начальной и средней школы как «Английский язык» (в основном для возраста с 11 до 16 лет). Впрочем, подразумевалось, что медиакультура станет изучаться и на других уроках (иностранных языков, истории, географии, искусства, музыки, точных наук и т.д.).

К.Бэзэлгэт (C.Bazalgette) - координатор работ по медиаобразованию в Британском киноинституте и одна из главных «архитекторов» становления медиаобразовательной политики Соединенного Королевства на протяжении последних 15 лет - считала, что медиаобразование должно быть нацелено на создание более активного и критически грамотного, требовательного медиапользователя, который сможет содействовать развитию большего разнообразия спектра медиапродукции [Bazalgette, 1989]. При этом наиболее эффективным путем развития медиаобразования был признан интеграционный подход.

Однако оказалось, что к середине 90-х годов XX века медиакультура во многих случаях преподавалась поверхностно. На занятиях редко использовались киноматериалы, да и телевизионные передачи тоже далеко не всегда становились темой для обсуждения. В отличие от университетов, медиаобразовательные уроки не имели должного веса в школах, кроме того, не хватало целенаправленной подготовки учителей данного курса (они обучались в ходе реализации школьной программы).

По понятным причинам медиаобразование в ***Ирландии*** всегда испытывало влияние соседней Британии. Одна из первых медиаобразовательных инициатив в Ирландии была выдвинута Католическим Центром коммуникаций в 1968. С 70-х годов XX века одним из медиаобразовательных центров стал Ирландский киноинститут (Irish Film Institute): конференции, семинары, летние школы, курсы для преподавателей, учащихся и взрослой аудитории. Первое серьезное упоминание о медиаобразовании как части образовательного стандарта появилось в Ирландии в 1978 году. В 1984 году возникла его расширенная версия, в которой говорилось о том, что медиаобразование призвано развить у аудитории понимание характера и функций массовой коммуникации в современном обществе и приобрести большую социальную компетентность [McLoone, 1983]. В 80-е годы были сделаны попытки интегрировать медиаобразовательные аспекты в некоторые школьные дисциплины. Поощрялось участие школьников и студентов в практических занятиях

(создание различных медиатекстов - теленовостей, радиопередач, видеопрограмм и т.д.). С 90-х годов педагогам предоставляется возможность широкого маневра в области интегрированного медиаобразования (изучение прессы, телевидения, кинематографа и т.д.). Обучение может быть сконцентрировано вокруг каких-то избранных тем (типы персонажей медиатекста, изображение в нем конфликтов, стереотипов, реклама, практические упражнения и пр.) [O'Neil, 2000; O'Neil & Howley, 2002].

Медиаобразование продвигалась вперед и в других европейских странах. К примеру, в 1973 году ***голландский*** Институт «Кино и молодежь» (Institute for Film and Youth) издал первое в стране руководство по аудиовизуальному образованию, с практической информацией относительно методов творческой работы. С 1975 года кинообразование в средних школах стало осуществляться в 120 средних школах [Kruger, 1977, p.35].

С 1972 в ***Дании*** «медиаобразование было введено в колледжи, готовящих преподавателей детского сада. ... Медиаобразование осуществлялось во многих педагогических вузах, а иногда и на независимых дополнительных курсах» [Pedersen, 1977, p.52].

Благодаря активной позиции финских медиапедагогов и исследователей С.Минкинен (S.Minkkinen) и К.Норденстренга (K.Nordenstreng), начиная с 70-х годов скандинавские страны вошли в число медиаобразовательных лидеров Европы, а медиаобразование в ***Финляндии*** стало интегрироваться в школьные дисциплины с 70-х годов.

Еще в 1970 году С.Минкинен и К.Норденстренг разработали медиаобразовательную программу [Minkkinen and Nordenstreng, 1984], которая включала в себя разделы по истории развития медиа, структуре и языку массовой коммуникации, проблемам воздействия и восприятия медиатекстов. Эта программа была официально включена в учебные планы средних школ и «интегрирована в базовые предметы (филологические, художественные, социальными, экологические) ... Министерство образования предложило, чтобы педагогические колледжи ввели специальные курсы медиаобразования -

примерно 20 занятий» [Minkkinen, 1977, p.58].

Затем С.Минкинен по поручению ЮНЕСКО подготовила обширный отчет и рекомендации по медиаобразованию различных ступеней. В качестве основных целей медиаобразования там назывались когнитивные, этические, философские и эстетические [Minkkinen, 1978, p.50]. С.Минкинен выделила следующие основные медиаобразовательные темы: 1) история, настоящее и будущее массовой коммуникации; 2) структура, технология производства медиатекстов; 3) содержание медиатекстов, репрезентация в них объективной реальности; 4) влияние медиа на аудиторию [Minkkinen, 1978, pp.54-56]. Для своего времени это был весьма прогрессивный документ, хотя он и основывался в какой-то степени на парадигме Г.Лассуэла (H.Lasswell), в которой коммуникация представлялась улицей с односторонним движением - от источника информации (медиа агентства) - к пассивной аудитории [Lasswell, 1948].

С 1977 года медиаобразование было официально включено в национальный учебный план для средней школы и в ***Норвегии.*** Разделы, связанные с медиа, интегрированы в такие дисциплины, как прикладное искусство, музыка, языки и др. Ранее медиапедагоги в основном придерживались «защитной» теории медиаобразования, но в последнее время эта парадигма заменена на более современную - культурологическую, предусматривающую широкий спектр подготовки к жизни в информационным обществе (включая развитие критического мышления по отношению к любым медиатекстам, противостояние экспансии насилия на экране и т.д.).

Национальный учебный план, принятый в 1987 году, был существенным шагом вперед в деле продвижения медиаобразования в Норвегии. Однако, хотя он и содержал ряд интересных идей, но не обеспечивал последовательную систему методов и обучения. Кроме того, стала очевидной нехватка квалифицированных преподавателей [Dahl, 1984].

За океаном в этот период медиаобразование испытывало определенные трудности. В 70-х годах XX века медиапедагоги в ***Канаде*** были лишены

государственного финансирования и целенаправленной поддержки. Несмотря на это в апреле 1978 года, в Торонто была основана Ассоциация медиаграмотности (Association for Media Literacy - AML) под руководством Б.Дункана (B.Duncan). Теперь эта организация насчитывает свыше тысячи членов.

Однако, начиная с 80-х годов, ситуация резко изменилась. В 1986 году совместными усилиями Ассоциации медиаграмотности и Министерства образования провинции Онтарио был выпущен солидный учебник по медиаобразованию - *Media Literacy Resource Guide*, вскоре переведенный на французский, испанский, итальянский и японский языки. Ассоциация медиаграмотности систематически организовывала учебные курсы для учителей, проводила конференции. С 1987 года медиаобразование стало составной частью школьного образования в провинции Онтарио, где проживает третья часть 30-миллионнного населения Канады.

К 70-м годам телевидение существенно опережало кинематограф по степени влияния и воздействия на аудиторию. В эти годы количество телеканалов в крупнейших городах ***США*** насчитывало уже несколько десятков. В связи со столь интенсивным развитием телевидения возрос статус рекламы, которая во многом определяла покупательский спрос на рынке. Американские педагоги не могли не отреагировать на эти изменения. В 70-е годы кинообразование повсеместно стало трансформироваться в медиаобразование (то есть образование на базе всего тогдашнего спектра средств массовой информации и коммуникации - прессы, телевидения, кино, радио, звукозаписи

и т.д.). К середине 70-х годов «приблизительно от 35 % до 40 % общего количества средних школ ... предлагали учащимся модули или курсы, определенно обозначенные как «Медиа» или «Массовая коммуникация» [Sim, 1977, p.86], в основном ориентированные на изучение телевидения.

В 1973 году одна из крупнейших американских благотворительных организаций (Фонд Форда) объявила о поддержке медиаобразования в школах. Так в 70-х годах в США появилось движение «критического видения» (*critical viewing),* которое совмещало политическое и научное обоснование. Американские медиапедагоги и исследователи подключились к политическому течению, вызванному дискуссиями в подкомитете Сената на тему телевизионного насилия и его влияния на детей. Стимулом тут послужил комплекс социальных и культурных факторов, связанных с более натуралистическим, чем, скажем, в 50-е или 60-е годы XX века, изображением насилия на американских экранах. В результате правительство США при активной поддержке департамента по образованию выделило денежные средства для введения учебного курса «критического видения» в систему всех ступеней общего образования. Вместе с тем, после того, как беспокойство политиков по поводу насилия на телеэкранах ослабло, исчезло и финансирование этого медиаобразовательного курса. Его интеграция в учебный процесс оказалась поверхностной и недолговечной. И как результат, доказательства эффективности так и не были собраны. Далеко не все учителя захотели включиться в процесс развития «визуальной грамотности» (visual literacy) в школе. По-видимому, многих из них так и не удалось заинтересовать движением «критического видения», новыми технологиями в области образования. Однако в целом проекты медиаобразования в США в 70-е годы неплохо финансировались. Учебные программы и методические материалы отличались профессионализмом и творческим подходом [Tyner, 1998].

Если в 60-х годах конференции, посвященные проблемам кинообразования, в Северной Америке проводились относительно редко, то в 70-х годах такого рода научные форумы стали нормой. К примеру, в 1978 году в

США была проведена национальная конференция «Телевидение и кино в классе». В ее итоговом документе было предложено широкое внедрение в практику визуальной грамотности в начальной, средней и высшей школе.

В целом для развития американского медиаобразования период 70-х годов был довольно продуктивным

В 1981 году финансирование медиаобразования американским правительством было уменьшено, так как приоритетными считались программы, направленные против наркотиков и подростковой преступности. Но и в 80-е годы медиаобразование в США продолжало расширять сферу своего влияния. Одна за другой в разных штатах страны возникали педагогические и исследовательские ассоциации, поставившие своей целью внедрение изучения тех или иных аспектов медиа и медиакультуры в учебный процесс школы и вуза. В большинстве университетов (включая педагогические факультеты) курсы по медиа стали в 80-х годах обычным явлением. Однако, медиаобразование так и не получило статуса обязательной дисциплины в начальной и средней школе. Конечно, США, в отличие, скажем, от Норвегии и Финляндии, огромная по территории и многонаселенная страна. Однако американский исследователь Р.Кьюби [Kubey, 1998, p.59] полагает, что развитию медиаобразования мешали не только географические и демографические факторы. Определенным тормозом к консолидации усилий медиаобразования стала американская структура образования в целом, когда каждый из 50-ти штатов имеет свою независимую политику в области средней и высшей школы, а каждое учебное заведение - собственные учебные планы и программы. Кроме того, в отличие от других англоязычных стран (к примеру, Канады или Великобритании), ведущие медиаобразовательные сообщества США - Национальный телемедиа-совет, Центр медиаграмотности и Центр медиаобразования находятся вне системы официального образования.

Образование в США полностью контролируется местными органами власти, что затрудняет распространение многообещающих разработок (или, наоборот, малопродуктивных педагогических идей) в области медиаобразования

за пределы штата или даже города. Но в то же время местный контроль во многом полезен для обучения, в центре которого находится учащийся, потому что он позволяет гибко приспосабливать учебные планы к конкретным местным условиям. При этом локальный контроль не означает, что государственные структуры управления образованием в США не имеют никакого влияния. В действительности, у них достаточно власти, не только потому, что они контролируют большие денежные средства, но и потому, что они могут делать обзор значимых программ и опыта работы [Tyner, 1998].

Другой тормоз, препятствовавший развитию медиаобразования в США в 80-х годах (как, впрочем, и в предшествующие годы), - отсутствие скоординированной научной базы. Вот почему ведущие медиапедагоги США стремились найти оптимальные пути научно-исследовательской работы в условиях системы образования в США. Раздавались призывы к созданию образовательных стандартов, к включению курсов по медиакультуре в систему подготовки учителей, к разработке методик для оценки эффективности образовательных нововведений.

Помимо этого, на темпе развития медиаобразования в США сказывалась относительная культурная изоляция американцев от остального мира. Известно, что граждане США традиционно предпочитают смотреть, слушать и читать только американскую медиапродукцию и не спешат заимствовать заграничные образовательные идеи.

Бесспорно, в 80-х все больше и больше американских преподавателей приобщались к ведению факультативных курсов по медиаобразованию. Но увеличение количества медиапедагогов в школах имело и свои отрицательные стороны. Отсутствие эффективных стандартных программ по медиаобразованию, пригодных для адаптации в средних школах, привело к тому, что каждый из преподавателей вырабатывал свою педагогическую линию. Медиаобразование приобретало аморфную смесь стандартов, целей и задач. В результате американское медиаобразование заняло в школьном учебном плане место своеобразного «бутика»: редкого, дорогого и экзотического [Tyner, 1998].

У медиаобразования всегда было много сторонников в США - среди школьных учителей, педагогических профсоюзов, некоммерческих организаций, профессионалов в сфере медиа индустрии. В 80-х годах медиаобразование в США характеризовалось добровольными попытками на местах интегрировать его в традиционную школьную программу. Отдельные учителя пытались внедрять медиаобразование в курсы гуманитарных дисциплин или технологических программ. В некоторых случаях весь школьный коллектив или ряд учителей интегрировали медиаобразование в обычное расписание (например, в штатах Миннеаполис и Нью-Мексико). Иногда курс «медиаграмотности» добавлялся в существующее расписание как предмет по выбору (штат Техас). Медиапедагоги внимательно изучали государственные и региональные стандарты для того, чтобы найти аргументы для оправдания интеграции медиаобразования в учебный план.

Важную роль в развитии движения медиаобразования сыграло в 80-е годы внешкольное обучение детей и молодежи. Здесь стоит упомянуть специальные образовательные телепрограммы, медиапрограммы в музеях и картинных галереях, организации многочисленных детских и молодежных кино-телефестивалей, выставок. Неформальные внешкольные программы медиаобразования распространялись во всех штатах. Но, к сожалению, внешкольные педагогические акции не имели большого влияния на программу американского школьного обучения [Tyner, 1998].

То же касается и многих некоммерческих организаций, которые помогали медиаобразованию. Они инициировали и поддерживали самые важные попытки продвижения медиаобразования в США. При этом некоторыми общинами предпринимались попытки приспособить медиаобразование как стратегию для достижения других целей, относящихся к социальной пользе. Таких, к примеру, как пропаганда здорового образа жизни, цензура на телевидении, борьба с насилием и т.д. Иногда эти акции влияли на учебные планы отдельных штатов. Но главной целью таких организаций являлась (и является) в большей мере так называемая социальная активность. Таким образом, многочисленные

общественные организации использовали медиаобразование однобоко. Практически медиаинформация представала формой политической или социальной пропаганды.

Итак, можно сделать вывод, что 80-е годы были не самими лучшими временами для медиаобразования в США. Лишенное основательной государственной поддержки и направленное в основном в такие специфические области, как борьба с курением и наркоманией, американское медиаобразование существенно уступало канадскому, австралийскому или британскому. Позитивные изменения в медиаобразовании в США наметились лишь к концу 80-х годов, когда шире стал использоваться опыт других ведущих англоязычных стран.

Направленность медиаобразования в территориально оторванной от ведущих стран Запада ***Австралии*** поначалу была связана с известной моделью Г.Лассуэла (H.Lasswell) («коммуникатор» - «сообщение» - «канал» - «получатель» - «эффект»). Бесспорно, сильное теоретическое влияние на медиаобразование оказало и учение М.Маклюэна (M.McLuhan). Ведь именно он одним из первых стал отстаивать важность медиаграмотности [McLuhan, 1967. p.36] в условиях «глобальной деревни» (global village) [McLuhan, 1967, p.31], в которую, по его мнению, неизбежно должна была превратиться наша планета после мощного и свободного распространения и массового потребления широчайшего спектра медиатекстов в любой точке мира. В некотором смысле медиаобразование было связано и с учением марксистского толка (*ideological approach*) о медиа как агенте социального контроля. Многие педагоги хотели разъяснить учащимся, что медиакультура зависит от политической и экономической поддержки наиболее влиятельных сил в социуме. В 70-х годах в Австралии стал распространяться семиотический подход (*semiotic approach)* [Quin and McMahon, 1999, p.32]. Немало сторонников имел и подход, комбинирующий практику и теорию. На практических занятиях школьники учились пользоваться медиатехникой, писать сценарии (к примеру, сценарии коротких телесюжетов), что, в свою очередь, помогало им лучше понимать медиатексты, созданные профессионалами. В 80-х годах XX века ощутимую поддержку обрела идея «освобождения от идеологии»: то есть медиаобразование должно было помочь учащимся в «демифологизации» идеологической направленности медиатекстов. Здесь, бесспорно, ощущалось влияние британских теорий медиаобразования - в частности, теории развития критического мышления/автономии (*critical thinking approach, critical autonomy approach)* Л.Мастермана (L Masterman), культурологической концепции *(cultural studies approach).*

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ
2. Тема практического (семинарского) занятия -
Раздел 1. ПОНЯТИЕ, ТЕОРИИ И МОДЕЛИ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ
Тема 1.1. Понятие и теории медиаобразования
Тема 1.2. Модели медиаобразования
3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний этапов проектирования коммуникативных компаний.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	*Понятие медиаобразования. Причины актуальности медиаобразования в современном мире. Задачи медиаобразования. Основные направления медиаобразования. Связь медиаобразования с другими отраслями гуманитарного знания..*	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Модели медиаобразования и их разновидности. Образовательно-информационные модели. Воспитательно-этические модели. Практико-утилитарные модели. Эстетические модели. Социокультурные модели.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Понятие медиатекста. Структура медиатекста. Креолизованный медиатекст. Медиатекст как гипертекст и мультимедиатекст.
2. Понятие медиадискурса. Проблемы классификации типов медиадискурса. Интенциональная конфигурация медиадискурса: информационный, публицистический и развлекательный типы дискурсов.
3. Язык медиа. Языковая культура СМИ. Диалогичность медиатекста: коммуникативные отношения автор — читатель. Язык медиатекста как отражение авторского сознания.

Языковая игра в СМИ. Нарушение языковых норм прессой: за и против. Проблема западнизации языка современных российских масс-медиа
4. Теоретические основы медиаобразования, место и роль медиа и медиаобразования в современном мире.
5. Основные термины, теории, ключевые концепции, направления медиаобразования
6. Теория «диалога культур» М.М.Бахтина – В.С.Библера и ее роль в развитии медиаобразования
7. Принципы реализации медиаобразования. Основные факторы успешности современного медиаобразования

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия: Протоколы коммуникации социокультурных изменений.

Форма практического задания: Реферат (доклад), презентация и дискуссия по итогу реферата

Темы рефератов:

1 История становления межкультурных коммуникаций.
2 Междисциплинарные основания межкультурных коммуникаций и эволюция западной мысли в области межкультурных коммуникаций.
3 Парадигма социальных наук в исследованиях межкультурных коммуникаций.
4 Типы восприятия межкультурных различий.
5 Интерпретативная парадигма в исследованиях межкультурных коммуникаций
6 Критическая парадигма в исследованиях межкультурных коммуникаций.
7 Основные формы аккультурации.
8 Кросс-культурная теория адаптации. Культурный шок..

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – Контррльная работа

1. Понятие медиаобразования. Причины актуальности медиаобразования в современном мире.
2. Задачи медиаобразования.
3. Основные направления медиаобразования. Связь медиаобразования с другими отраслями гуманитарного знания.
4. Особенности методики проведения занятий по медиаобразованию.
5. Понятие медиаграмотности и медиакомпетентности.
6. Методические подходы к медиаобразованию в России и за рубежом.
7. Связь медиаобразования и медиакультуры. Глобальные социокультурные процессы.
1. Медиаобразовательная модель А.В. Спичкина.
2. Медиаобразовательная модель Е.Л. Вартановой и Я.Н. Засурского.
3. Медиаобразовательная модель Н.А. Леготиной.
4. Медиаобразовательная модель Л. Мастермана.
5. Медиаобразовательная модель Силверблэта.
6. Медиаобразовательная модель Бэзэлгэт.

Медиаобразовательная модель Дж Поттера. ***Методические рекомендации по подготовке к дискуссии***

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли

пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Тема 2.1. Исторические этапы развития медиаобразования в России

Тема 2.2. Внутренние корпоративные коммуникации

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, работой с целевой аудиторией и формально-содержательные характеристики.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	*История возникновения и развития медиаобразования в России. Особенности развития медиаобразования в России на разных исторических этапах. Основные направления деятельности ведущих медиапедагогов.*	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	*История возникновения и развития медиаобразования за рубежом. Особенности развития медиаобразования за рубежом на разных*	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Становление и эволюция медиаобразования в России.
2. Медиаобразование в США, Канаде, Австралии, Великобритании, Франции и Германии в 20-х– 30-х, 40-х–50-х, 60-х-70-х, 80-х-90-х годах XX века.
3. Роль ЮНЕСКО и Совета Европы в процессе медиаобразования. Международные конференции по медиаобразованию.
4. Современные тенденции зарубежного медиаобразования.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия: Коммуникация в цифровую эпоху

Форма практического задания: **Реферат (доклад), презентация и дискуссия по итогу реферата**

Темы рефератов:

1. 1 Теория четырех измерений культуры Г. Ховстеде.
2. 2 Теория управления беспокойством и неопределенностью Гудикунста.
3. 3 Теория высоко и низко контекстуальных культур Э. Холла
4. 4 Теория культурной грамотности Э. Хирша.
5. 5 Понятия субкультура и постсубкультура. Современные теории субкультур.

6. 6 Методы изучения культурных систем и межкультурных ситуаций
7. 7 Уровни межкультурных коммуникаций.
8. 8 Культурная экспансия, культурный конфликт, культурная диффузия.
9. 9 Транснационализм. Мультикультурная идентичность

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2
форма рубежного контроля – Эссэ

1. Зарождение и начало медиаобразования в России (1900-1934 г.г.).
1. Медиаобразование в эпоху тоталитаризма (1935-1955 г.г.).
2. Период либерализации медиаобразования (1956 -1968 г.г.).
3. Эпоха эстетического медиаобразования (1969-1985 г.г.).
4. Переходный этап медиаобразования в эпоху перестройки (1986-1991 г.г.).
5. Медиаобразование в России на рубеже веков (1992 – 2015 г.г.).
6. Медиаобразование в России на современном этапе развития (2016 – по наст. вр.).
7. *История возникновения и развития медиаобразования за рубежом.*
8. *Особенности развития медиаобразования за рубежом на разных исторических этапах.*
9. *Основные направления деятельности ведущих зарубежных медиапедагогов.*
10. Основные проблемы и тенденции современного этапа развития медиаобразования в зарубежных странах.
11. Становление медиаобразования в зарубежных странах в 20-х – 40-х годах 20 в.
12. Период развития медиаобразования в 50-е – 60-е годы 20 в.
13. Тенденции развития медиаобразования в 70-х – 80-х годах 20 в.
14. Новые ориентиры в зарубежном образовании на рубеже 20-21 веков.
15. Современный этап развития медиаобразования за рубежом.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики)

быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ, ТЕОРИИ И МОДЕЛИ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ
Тема 1.1. Понятие и теории медиаобразования
Не предусмотрены
Тема 1.2. Модели медиаобразования
Не предусмотрены
РАЗДЕЛ 2. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ
Тема 2.1. Исторические этапы развития медиаобразования в России
Не предусмотрены
Тема 2.2. Исторические этапы развития медиаобразования в зарубежных странах
Не предусмотрены

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ТРЕНДЫ В КОММУНИКАЦИИ

Направление подготовки
«42.03.02 Журналистика»

Направленность
Журналистика

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При

неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос — это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
Раздел 1. ПРОТОКОЛЫ КОММУНИКАЦИИ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ	
Тема 1.1. Социокультурные изменения и протоколы коммуникации	Понятие социокультурных изменений. Социокультурные изменения в современном мире. Оси трансформации культуры в современном мире. Ось глобализация – идентификация. Ось коммунализм – индивидуализм. Уровни глобальной культуры. Космополитичное меньшинство. Мультикультурная глобальная культура. Культура потребления. Типология культурных моделей. Брендированный консьюмеризм как модель. Сетевой индивидуализм как модель. Космополитизм как модель. Мультикультурализм как модель. Протоколы коммуникации в современном мире. Реклама как протокол коммуникации. Создание общего языка медиа. Брендинг как протокол коммуникации. Создание сетевого дигитального гипертекста. Модель коммуникативного процесса в современном обществе. Сети значений. Многоканальность и мультимодальность как составляющие модели. Коммуникативные коды и субкоды. Означающее и означаемое. Понятие креативной аудитории.
Тема 1.2. Механизмы активации протоколов коммуникации	*Роль сознания в осуществлении коммуникации. Понятие нейронных паттернов и нейронных сетей. Модель активации сознания с помощью коммуникации. Виды образов тела. Образы внутреннего состояния и образы внешнего*

	состояния. Процесс нейронного связывания. Опыт сенсорного восприятия. Эмоции и чувства как первичные активаторы. Основные эмоции активации. Метафоры как протокол коммуникации. Метафоры как основа нарративов. Соотношение нарративов и фреймов. Понятие фрейминга в коммуникации. Энтузиазм и страх как главные активаторы коммуникации. Фреймирование сознания. Способы фреймирования общественного сознания с помощью СМИ. Установление повестки дня. Прайминг. Индексация новостей. Модель каскадной активации Энтамана. Контрфреймы. Сила фрейма
Раздел 2. КОММУНИКАЦИЯ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ	
Тема 2.1. Массовая коммуникация и массовая самокоммуникация	Особенности массовой коммуникации в современном мире. Однонаправленность и интерактивность массовой коммуникации. Массовая самокоммуникация. Соотношение массовой коммуникации и массовой самокоммуникации. Объединение форм коммуникации в интерактивный цифровой гипертекст. Смешение и перераспределение культурных представлений в рамках нового протокола коммуникации. Трансформация роли отправителей и получателей в медиа и аудитории. Технологическая и организационная конвергенция. Рождение новой мультимедийной системы и ее регулирующая роль. Технологическая конвергенция и новая система мультимедиа. Горизонтальные сети интерактивной коммуникации.
Тема 2.2. Глобальные и мультимедийные бизнес-сети	*Организационная трансформация медиа. Глобализация и диверсификация медиа. Ядро глобальных медиасетей. Концентрация собственности в медиасфере. Конвергенция медиа продуктов и платформ. Разнообразие платформ. Сегментация аудитории и кастомизация контента. Эффект синергии от дистрибуции контента. Глобальная сеть медиасетей. Процессы глобализации и локализации. Структуры сотрудничества. Пределы конкуренции и сотрудничества. Переплетающиеся сети. Процессы регулирования и дерегулирования.*

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской

деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового

опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ПРОТОКОЛЫ КОММУНИКАЦИИ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

Тема 1.1. Социокультурные изменения и протоколы коммуникации

Вопросы для самоподготовки:

1. Ценности как основа социальной помощи. Специфика современного социального дискурса: состояние социальной сферы, основные тенденции социальной политики, направления интереса СМИ в освещении событий, явлений, проблем социальной сферы.
2. Понятие социального института. Государство, бизнес, семья, общество (в том числе местные сообщества), церковь, журналистика — возможности и ограничения.
3. Системная благотворительность и социальная политика. Критерии эффективности.
4. Благотворительные организации, правозащитные организации, волонтеры, КСО, фонды местных сообществ.

Тема 1.2. Механизмы активации протоколов коммуникации

Вопросы для самоподготовки:

1. Финансирование социальной помощи. Сферы, формы и виды благотворительности, волонтерской и правозащитной деятельности.
2. Законодательные основы благотворительной, волонтерской и правозащитной деятельности.
3. Помощь детям и людям пожилого возраста. Благотворительность в медицинской сфере, помощь людям с ограниченными возможностями.
4. Волонтеры в чрезвычайных ситуациях.

5. Экологическая деятельность и благотворительность.

РАЗДЕЛ 2. КОММУНИКАЦИЯ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ

Тема 2.1. Массовая коммуникация и массовая самокоммуникация

Вопросы для самоподготовки:

1. Этические нормы социальной журналистики. Как писать о социальных группах с повышенными рисками, о благотворительности и правозащитной деятельности.
2. Основные ошибки журналистов. Нормы поведения журналиста: отношения с героем, отношения с властями.
3. Философские, социологические, психологические, физиологически, и антропологические основы социальной взаимопомощи.

Тема 2.2. Глобальные и мультимедийные бизнес-сети

Вопросы для самоподготовки:

1. Теории альтруизма. Социальная функция взаимопомощи.
2. Теория игр в социальной журналистике.
3. Психологические аспекты взаимодействии с социально угрожаемыми группами.
4. Безопасность работы журналиста.

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ПРОТОКОЛЫ КОММУНИКАЦИИ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

Тема 1.1. Социокультурные изменения и протоколы коммуникации

Не предусмотрены

Тема 1.2. Механизмы активации протоколов коммуникации

Не предусмотрены

РАЗДЕЛ 2. КОММУНИКАЦИЯ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ

Тема 2.1. Массовая коммуникация и массовая самокоммуникация

Не предусмотрены

Тема 2.2. Глобальные и мультимедийные бизнес-сети

Не предусмотрены

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «**Социокультурные тренды в коммуникации**» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;

- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным

содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной

последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;

– в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;

– знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;

– свободное владение терминологией;

– ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;

– единичные ошибки в терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;

– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;

– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

– незнание терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия,

имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ТРЕНДЫ В КОММУНИКАЦИИ
2. Тема лекционного занятия.
Раздел 1. ПРОТОКОЛЫ КОММУНИКАЦИИ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ
Тема 1.1. Социокультурные изменения и протоколы коммуникации
3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний этапов проектирования коммуникативных компаний.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	*Понятие медиаобразования. Причины актуальности медиаобразования в современном мире. Задачи медиаобразования*	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Раздел 1. ПРОТОКОЛЫ КОММУНИКАЦИИ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ
Тема 1.1. Социокультурные изменения и протоколы коммуникации
Текст лекции

Социокультурная коммуникация

Социокультурная коммуникация — это процесс взаимодействия между субъектами социокультурной деятельности с целью передачи или обмена информацией. Субъектами социокультурной коммуникации могут выступать как отдельные индивиды, так и группы, организации, сообщества, социальные институты. Этот процесс осуществляется посредством принятых на данный момент знаковых систем (языков), приемов и средств их использования. Социокультурная коммуникация выступает как один из базовых механизмов и неотъемлемая составляющая социокультурного развития, обеспечивающая возможность формирования культурных связей внутри отдельных культур и. между культурами. В определенном смысле каждое культурное действие может быть рассмотрено как коммуникативное, ибо оно содержит и выражает определенную информацию. При таком подходе культура — это цепочка коммуникативных взаимодействий различных структур. Однако правомерно ограничить социокультурную коммуникацию лишь такими действиями, которые имеют целенаправленный коммуникативный смысл, т.е. ориентированы на передачу информации, и используют адекватные цели знаковые системы.

Социокультурная коммуникация бывает четырех основных видов:

- инновационная, выражающаяся в приобщении субъектов культуры к новым формам знания и опыта;
- ориентационная, помогающая субъектам культуры ориентироваться в окружающем их пространстве, инкультурирующая их в систему жизненных ориентации, доминирующих в данное время;
- стимуляционная, воздействующая на активность субъектов культуры, объективирующая их потенциал, активизирующая их внутренние ресурсы;
- корреляционная, помогающая уточнить отдельные параметры культурной деятельности, детализирующая и конкретизирующая более, частные аспекты знаний, ориентации и стимулов.

Основной содержательной единицей социокультурной коммуникации являются сообщение или текст. Любой культурный объект, как известно[74] обладает символическими свойствами, т.е. являет собой текст культуры. Это означает, что средством коммуникативного взаимодействия выступают и вся культура как система, и каждый отдельный ее элемент. Как любое явление системного порядка, социокультурная коммуникация имеет отчетливую иерархическую структуру, где каждый элемент — средство коммуницирования — выполняет строго определенную функцию, подчиненную общей цели — передаче культурной информации. К числу важнейших элементов' относятся семантема, сообщение, текст, специализированные культурно-семантические подсистемы (отрасль знания или деятельности в ее информационном аспекте), локальная культурно-семантическая система (отдельная культура, национальный язык), глобальная семантическая система (разнообразные межнациональные специализированные языки).

Диалог культур Как следует из вышесказанного, межкультурная коммуникация, взаимодействие культур — сложный и очень противоречивый процесс. В различные эпохи он проходил по-разному: случалось, что культуры достаточно мирно взаимодействовали, не ущемляя достоинства друг друга, но чаще межкультурная коммуникация шла бок о бок с резкой конфронтацией, подчинением слабого, лишением его культурной самобытности. Характер межкультурного взаимодействия особенно важен в наши дни, когда благодаря развитию технических средств в общемировой коммуникативный процесс вовлечено подавляющее большинство существующих этнокультурных образований. С учетом печального прошлого опыта, когда целые народы и культуры безвозвратно исчезали с лица земли, на первый план выдвигается проблема мирного сосуществования представителей различных культурных традиций, исключающего угнетение, насильственную ассимиляцию и дискриминацию. Идея диалога культур как залога мирного и равноправного развития впервые была выдвинута М. Бахтиным. Она сформировалась у мыслителя в последний период его творчества под влиянием работ О. Шпенглера. Если, с точки зрения немецкого культуролога, мировые культуры есть в некотором смысле «личности», то, по мнению Бахтина, между ними должен существовать нескончаемый, длящийся в веках «диалог». У Шпенглера обособленность культур приводит к непознаваемости чужих культурных феноменов. Для Бахтина же «вненаходимость» одной культуры в отношении другой не является препятствием для их «общения» и взаимного познания или проникновения, как если бы речь шла о диалоге между людьми. Каждая культура прошлого, вовлеченная в «диалог», например, с последующими культурными эпохами, постепенно раскрывает заключенные в ней многообразные смыслы, часто рождающиеся помимо сознательной воли творцов культурных ценностей. В тот же процесс «диалогичного взаимодействия», согласно

Бахтину, должны быть вовлечены и современные культуры.

«Диалог культур» — это не столько строгое научное понятие, сколько метафора, призванная обрести статус политико-идеологической доктрины, которой следует

руководствоваться при чрезвычайно активизировавшемся сегодня на всех уровнях взаимодействии различных культур друг с другом. Панорама современной мировой культуры — сплав многих взаимодействующих культурных образований. Все они самобытны и должны находиться в мирном, вдумчивом диалоге; вступая в контакт, непременно прислушиваться к «собеседнику», откликаться на его нужды и запросы. «Диалог» как средство коммуникации культур предполагает такое сближение взаимодействующих субъектов культурного процесса, когда они не подавляют друг друга, не стремятся доминировать, но «вслушиваются», «содействуют», соприкасаясь бережно и осторожно.

1. Учебная дисциплина СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ТРЕНДЫ В КОММУНИКАЦИИ
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 1. ПРОТОКОЛЫ КОММУНИКАЦИИ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ
Тема 1.2. Механизмы активации протоколов коммуникации
3. Цели занятия

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, а также в выборе коммуникационных каналов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Механизмы активации протоколов коммуникации и их разновидности. Образовательно-информационные модели. Воспитательно-этические модели. Практико-утилитарные модели. Эстетические модели. Социокультурные модели.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. РАЗДЕЛ 1. ПРОТОКОЛЫ КОММУНИКАЦИИ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ
Тема 1.2. Механизмы активации протоколов коммуникации
Текст лекции

Сознание как орган управления коммуникативной деятельностью.

Сознание и мышление; органы управления человеческой деятельностью: мозг, психика, сознание; локализационизм и антилокализационизм; опережающее человеческое отражение; обыденное и профессиональное сознание.

Сознание – это особое состояние, свойственное только человеку, в котором ему одновременно доступен и мир, и он сам. Сознание мгновенно связывает, соотносит то, что человек увидел, услышал, и то, что он почувствовал, подумал, пережил. Многие философы определяют сознание как чудо из чудес мироздания, как великий благостный дар человеку, ибо лишь в сознании он дан сам себе как «я», устремленное к вершинам духовного бытия, возвышенной любви и дружбы, сострадания и радости и т. д.

В сознании дано не только все знание о мире, но и вся боль мира. Не случайно, чтобы унять боль (душевую или физическую), отключают на какое-то время сознание с помощью наркотиков, алкоголя и т. д. Именно потому, что у человека есть сознание, он способен к душевному страданию; самоубийство – чисто человеческий акт: животные, не обладая сознанием, не знают и самоубийства.

Познать, описать, определить сознание очень трудно, поскольку оно не существует как отдельный предмет или вещь. Нам все дано благодаря сознанию: оно непременно присутствует в каждом нашем образе восприятия, оно мгновенно приводит в связь, в соотнесение наши ощущения, восприятия, мысли, чувства, причем без нашего на то согласия, а тем более контроля. Сознание нельзя «вытащить» из этой содержательной связи, потому что вне ее оно не существует.

Мышление – это движение идей, раскрывающей суть вещей. Его итогом является не

образ, а некоторая мысль, идея. Специфическим результатом мышления может выступить понятие – обобщенное отражение класса предметов в их наиболее общих и существенных особенностях.

Прежде всего мышление является высшим познавательным процессом. Оно представляет собой порождение нового знания, активную форму творческого отражения и преобразования человеком действительности. Мышление порождает такой результат, какого ни в самой действительности, ни у субъекта на данный момент времени не существует. Мышление также можно понимать как получение новых знаний, творческое преобразование имеющихся представлений.

На протяжении многих веков ведутся споры о том, что появилось сначала — материя (мозг) или сознание (психика), зависит ли психика от работы мозга, функционирует ли сознание по тем же законам. Первичность сознания и вторичность материи отстаивают идеалисты, а первичность материи — материалисты. Истина же, как всегда, находится где-то посередине.

Многочисленные исследования позволили определить, что есть психика — это свойство высокоорганизованной живой материи, заключающееся в способности отражать объективный мир в его связях и отношениях. Способность отражать, то есть передавать характеристики объекта взаимодействия, является свойством любой материи. Самый низший и простой уровень отражения — физико-химический, — можно наблюдать в природе при взаимодействии материальных тел; оно связано с разрушением или перемещением материальных частиц. Например, следы на песке, сломанная ветром ветка дерева, смытая дождем пыль и т. п.

Более сложный уровень отражения, проявляющийся только у живой материи, — раздражимость. Это способность избегать вредных, опасных для жизнедеятельности воздействий путем внутренних биохимических изменений. Ярким примером этого является стремление организма к сохранению гомеостаза — биологического равновесия: если животное голодно, то, не поев, оно может умереть, поэтому в мозг быстро идет сигнал о том, что надо поесть, и тогда тигр идет на охоту. Человек коснулся пальцем горячего утюга — и сигнал боли заставляет его отдернуть руку, иначе бы сгорел весь палец.

Следующим уровнем отражения является чувствительность — способность живой материи реагировать на такие воздействия, которые сами по себе для жизни не опасны, но несут информацию о возможной угрозе. Этой способности служат органы чувств — зрение, слух, обоняние, осязание и прочие. Например, хруст ветки сам по себе не опасен для жизни, но для оленя он служит сигналом приближения хищника. Чувствительность помогает высокоорганизованным живым существам эффективно ориентироваться в окружающем мире.

Высшим уровнем отражения является психическое отражение — собственно, психика. В процессе эволюции она возникла и развилась у животных, а затем у человека, именно потому, что иначе они не смогли бы существовать. Психика человека — это качественно иной, более высокий, чем у животных, уровень развития психики.

Сознание — это высшая форма психического отражения и саморегуляции, присущая человеку, то, что отличает его от животных. Этими особенностями являются:

— наличие речи,

— умение логически мыслить (находить причинно-следственные связи),

— умение планировать свою деятельность,

— наличие мира внутренних переживаний,

— наличие отношения к миру,

— человек не просто отражает окружающий мир, он может его моделировать в сознании по своему усмотрению,

— появление мышления как самостоятельной внутренней деятельности.

Как связаны сознание и мозг? В результате исследований установлено, что сознание есть функция мозга, его производная. Именно в головном мозге сознание возникает, так как при повреждении головного мозга оно исчезает. Мозг влияет на сознание: при очень низкой активности нейронов коры (например, при повреждении ретикулярной формации) человек

теряет сознание; при очень высоком уровне активности нейронов коры (при эпилептическом припадке) происходит то же самое. Головной мозг — это физиологическая база, на которой сознание возникает и посредством которой оно функционирует. Если происходят изменения в мозгу, то изменяется и сознание. Этому посвящено множество экспериментов, посредством которых изучается сознание, его структура и свойства.

В коре головного мозга выделяются сенсорные зоны, куда поступает и где обрабатывается информация от органов чувств и рецепторов; моторные зоны, управляющие движениями тела; гностические зоны, отвечающие за восприятие. Ассоциативные зоны в лобной части мозга обеспечивают мышление, речь, память и осознание положения тела в пространстве.

Согласно локализационизму каждая, даже самая элементарная, психическая функция, каждое психологическое свойство или состояние человека однозначно связано с работой ограниченного участка мозга так, что все психические явления, как на карте, можно расположить на поверхности и в глубинных структурах головного мозга на вполне определенных местах. Действительно, в свое время создавались более или менее детализированные карты локализации психических функций в мозге, и одна из последних таких карт была опубликована в тридцатых годах XX в.

Впоследствии оказалось, что различные нарушения психических процессов нередко связаны с одними и теми же мозговыми структурами, и наоборот, поражения одних и тех же участков мозга часто приводят к выпадению различных функций. Эти факты, в конечном счете, подорвали веру в локализационизм и привели к возникновению альтернативного учения – антилокализационизма. Сторонники последнего утверждали, что с каждым психическим явлением практически связана работа всего мозга в целом, всех его структур, так что говорить о строгой соматотопической представленности (локализации) психических функций в центральной нервной системе нет достаточных оснований.

В антилокализационизме обсуждаемая проблема нашла свое решение в понятии функционального органа, под которым стали понимать прижизненно формирующуюся систему временных связей между отдельными участками мозга, обеспечивающую функционирование соответствующего свойства, процесса или состояния. Различные звенья такой системы могут быть взаимозаменяемыми, так что устройство функциональных органов у разных людей может быть различным.

Однако и антилокализационизм не смог до конца объяснить факт существования более или менее определенной связи отдельных психических и мозговых нарушений, например нарушений зрения – с поражением затылочных отделов коры головного мозга, речи и слуха – с поражениями височных долей больших полушарий и т. п. В связи с этим ни локализационизму, ни антилокализационизму до настоящего времени не удалось одержать окончательную победу друг над другом, и оба учения продолжают сосуществовать, дополняя друг друга в слабых своих позициях.

Обыденное сознание — совокупность представлений, знаний, установок и стереотипов, основывающихся на непосредственном повседневном опыте людей и доминирующих в социальной общности, которой они принадлежат. Обыденное сознание отличается от сознания, основу которого составляют научные знания, полученные при применении объективных методов исследования и обеспечивающие проникновение в сущностные связи, характеризующие природу и общество. Обыденному сознанию свойственны ошибки, которые могут препятствовать научному познанию мира, способствуя сохранению укоренившихся предрассудков. Вместе с тем фиксация многократно повторяющихся связей между вещами и людьми (народная мудрость), характерная для обыденного сознания, дает возможность делать правильные выводы, что проверяется практикой повседневной жизни.

Профессиональное сознание представляет собой совокупность основных социальных требований, идеалов, представлений, обращенных к конкретной профессии и призванных регулировать профессиональные отношения людей и соотносить узкопрофессиональные требования с общественными установлениями.

1. Учебная дисциплина СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ТРЕНДЫ В КОММУНИКАЦИИ
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 2. КОММУНИКАЦИЯ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ
Тема 2.1. Массовая коммуникация и массовая самокоммуникация
3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, работой с целевой аудиторией и формально-содержательные характеристики.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	*История возникновения и развития медиаобразования в России. Особенности развития медиаобразования в России на разных исторических этапах. Основные направления деятельности ведущих медиа педагогов*	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. РАЗДЕЛ 2. КОММУНИКАЦИЯ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ
Тема 2.1. Массовая коммуникация и массовая самокоммуникация
Текст лекции

Массовая коммуникация как социальный феномен: понятие, структура, функции.

Массовая коммуникация является частным случаем социальной коммуникации, под которой можно понимать определенную деятельность, обусловленную системой социально-значимых норм и оценок, образцов и правил общения, принятых в данном обществе. Социальная коммуникация нацелена на взаимодействие людей, на передачу, получение, сохранение и актуализацию смысловой и оценочной информации, на основе которой происходит социальная адаптация и идентификация.

В коммуникационном процессе действует индивид, наделенный определенными характеристиками, - коммуникативная личность. Коммуникативная личность - это субъект, взятый со стороны его способности к выработке, использованию и ретрансляции коммуникативных кодов, обеспечивающих взаимодействие между людьми. Параметры коммуникативной личности определяются степенью ее коммуникативных потребностей, когнитивных потребностей, когнитивным диапазоном, сформировавшимся в процессе познавательной активности, коммуникативной компетенцией (умением выбрать коммуникативный код, обеспечивающий адекватное и оптимальное восприятие и целенаправленную передачу информации в конкретной ситуации).

Массовая коммуникация может быть определена как социальное взаимодействие, основной функцией которого является воздействие на широкие социальные слои через содержание передаваемой информации.

Массовая коммуникация, как социально-обусловленный феномен, предполагает манипулирование посредством отбора и использования смысловой информации.

Следует подчеркнуть, что массовая коммуникация - сложный и неоднородный процесс, специфика которого определяется несколькими факторами:

- наличием технических средств, при помощи которых осуществляется регулярное функционирование и тиражирование массовой коммуникации;

- наличием массовой аудитории (дифференцированной, анонимной), которая недостаточно осознает собственные ценностные ориентации, собственные интересы;

- наличием "многоканальности" коммуникационного массового взаимодействия, вариативности коммуникативных средств, возможности выбора коммуникационных каналов в масштабах общества.

Рассматривая технические средства массовой коммуникации, следует отметить следующие моменты.

Во-первых, они делятся на три класса:

- средства массовой информации;

- средства массового воздействия;

- собственно технические средства.

Массовая коммуникация, акцентируя прежде всего всю функцию воздействия на аудиторию, имеет и ряд иных функций, нацеленных на оптимизацию социальной деятельности, на интеграцию, консолидацию общества и социализацию индивидов.

Прежде всего выделяют информационную функцию, которая заключается в предоставлении коммуникаторам сведений по различным сферам деятельности. Информационная функция связана не только с повышением теоретического и коммуникативного потенциала личности, но и с возможностью лучше прогнозировать социальные и культурные условия существования.

Регулятивная функция массовой коммуникации связана с интерактивным взаимодействием контроля над обществом. Данная функция сопряжена с формированием общественного сознания, общественного мнения, с созданием социальных стереотипов, с манипулированием, с социальным контролем. Создание определенных социальных условий может обусловить использование данной функции для формирования различных технологий "промывания мозгов".

Культурологическая функция массовой коммуникации связана с ретрансляцией культурнозначимой информации, с усвоением, ознакомлением с достижениями человечества, с сохранением культурной традиции, с межкультурными взаимодействиями, с консолидацией общества.

С данной функцией сопряжено формирование понятия "массовая культура", которая увязывается с целенаправленным тиражированием "низкопробных художественных ценностей", с доминированием развлекательности, с низким уровнем вкуса.

Эта функция связана с целесообразным и целенаправленным использованием культурных норм и стереотипов, идеалов и образцов. Кроме того, она сопряжена с формированием личности определенного типа, которая аккумулирует в себе желательные для общества черты и качества.

С этой функцией, акцентированной и выделенной в качестве доминантной, связана так называемая "культурологическая теория массовой коммуникации", в которой коммуникация трактуется как новый тип социального общения.

1. Учебная дисциплина СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ТРЕНДЫ В КОММУНИКАЦИИ
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 2. КОММУНИКАЦИЯ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ
Тема 2.2. Глобальные и мультимедийные бизнес-сети
3. Цели занятия

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний коммуникационных эффектов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	*История возникновения и развития медиаобразования за рубежом. Особенности развития медиаобразования за рубежом на разных исторических этапах. Основные направления деятельности ведущих зарубежных медиапедагогов*	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. РАЗДЕЛ 2. КОММУНИКАЦИЯ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ
Тема 2.2. Глобальные и мультимедийные бизнес-сети
Текст лекции

Интернет и будущее журналистики

Что представляла собой деятельность журналиста в «классический» период развития СМИ — до возникновения телевидения и Интернета? Это был процесс трансляции новостей и осуществление функций контроля за властью, т.е. выполнение задачи «четвертой власти» (подробнее см. раздел V). Однако изменения в обществе, повлекшие двуединый процесс —медиатизацию политики и политизацию медиа, кардинально изменили содержание профессии журналиста. Сегодня журналист выступает в меньшей степени транслятором информации, но в большей —создателем смыслов, осуществляя не столько контроль над властью, сколько тиражируя властные импульсы и убеждая общество в их истинности. Тем самым журналист принимает на себя (обычно имплицитно) не свойственные ему функции эксперта, что удается в силу старого стереотипа, до сих пор весьма распространенного: «Если об этом пишут в газете (говорят по телевидению), значит, это правда». (И это при том, что все знают о товарном характере производимого информационного продукта.) При этом сами журналисты в большинстве своем нацелены на профессиональное выполнение своих функций, т. е. на информирование общества.

Вопрос о перспективах журналистики в связи с появлением и колоссальным расширением сферы сетевых изданий, появлением блоггеров, берущих на себя журналистские функции, естественно, не может не волновать представителей этой профессии.

В академических кругах до сих пор существует мнение, что для журналистов распространение и влияние спутников оказалось самой разрушительной силой (нередко к ним причисляют и другие технологические компоненты, например,

портативную аппаратуру для сбора, обработки и передачи новостей, компьютер в редакции, видеомагнитофон). Стремление подать новости «живьем ли почти живьем» ставит под угрозу традиционные журналистке приемы работы с информацией. Элиа Кац высказывал опасение, что мы на пороге «начала конца журналистики, как мы ее почем», когда в угоду срочному показу быстро меняющихся событий и заявлений отказываются от услуг редактора-профессионала или репортера [Katz E., 1992. P. 9]. Время для обработки информации, написания текста и монтажа сообщения почти не остается, поскольку новая технология обеспечивает мгновенную передачу, а конкуренция между каналами требует драматического соучастия аудитории в происходящих событиях.

Вместо того чтобы, собрав информацию, постараться разобраться в ней к вечернему выпуску новостей, канал осуществляет редактирование одновременно с передачей, почти «вживую», (иногда вообще нет никакого редактирования). Круглосуточная передача новостей идет в режиме прерывания, когда одну информацию должна оттеснить другая, более свежая, а заявления лидеров, тут же опровергаются их противниками. В подобном способе подачи информации Кац видит продолжение вьетнамской журналистики.

Сторонники журналистики «типа Си-эн-эн» утверждают, что зрителю предоставляется возможность быть самому себе редактором; критики считают, что будет лучше, если этим займется профессионал. Специалисты также отмечают рост возможности репортерских ошибок и распространения ошибочных мнений, а также расширяющийся разрыв между временной шкалой кратких новостей и временной шкалой социально-политических процессов. Поэтому перед исследователями стоит задача изучить возможную корреляцию новой сверхоперативности и старой профессиональной медиации. Первая вытеснит вторую или они будут дополнять друг друга?

Сверхоперативность новостей в сочетании с откровенным выпячиванием драмы, насилия и негатива вызывает у аудитории апатию и «страшную коллективную деморализацию», особенно у тех, кто склонны к мазохизму, необходимому, чтобы все это смотреть. В современных новостях видно, как мир выходит из-под контроля. Этот вывод применим к освещению как внутренних, так и международных событий. Растет число свидетельств того, что циничная подача событий новостными медиа и бесчисленные сообщения о насилии затрудняют решение общественных проблем.

В этом контексте все чаще используется термин «усталость к состраданию», под которым подразумевается рост безразличия аудитории к трагедиям, развертывающимся на экранах (см. раздел Ш,7,8). Основная причина этого кроется в том, что к освещению разных событий журналисты подходят одинаково. Вооруженные современной репортерской техникой съемочные группы оказываются в зоне кризиса, откуда они передают ужасающие образы человеческой жестокости и страданий до тех пор, пока в редакциях не перестанут считать это событие новостью. «Усталость к состраданию» означает постепенную утрату интереса (и сострадания) со стороны читателей и зрителей, которые перестают испытывать чувства вины и бессилия, часто сопровождающие просмотр подобных сюжетов. Некоторые социологи утверждают, что из-за постоянного присутствия на телеэкране вымышленного насилия у людей притупляется чувствительность к реальному насилию. Подобным же образом они становятся безучастными и безразличными к бесконечной череде людских трагедий, показываемых в новостях.

Крупнейшая в мире круглосуточная сеть Си-эн-эн, несомненно, является одним из .главных проводников глобализации. Вместе с ней колонизацию киберпространства осуществляют ведущие медиа-корпорации, в том числе Рейтер, «Майкрософт», осваивающие область онлайновой журналистики. Поскольку она не связана рамками пространства и времени так, как традиционные медиа, складывается совсем иная

модель-для отбора, сбора, представления и передачи информации в рамках социокультурной системы. Причем различия между сбором новостей для Интернета и методами традиционной журналистики настолько глубоки, что надо говорить о полном переосмыслении понятия «новостная грамотность» [Kawamoto K., 1998. P. 173-188].

Отличительная черта современного этапа развития масс-медиа в том, что прогресс в информационных технологиях позволяет развить интерактивное качество журналистики до такой степени, что диалог с аудиторией может проходить в режиме реального времени. Этот новейший этап развития на основе компьютерных технологий получил название кибержурналистики.

Как же реагируют на эти изменения журналисты? Как они видят будущее своей профессии? Обратимся к дискуссии на страницах специального выпуска наиболее влиятельного профессионального издания «Журнализм» [Journalism. 2000. №1].

Изменения, происходящие в обществе и самым непосредственным образом, влияющие на состояние журналистики, характеризует Элизабет Берд в статье «Перед лицом разрозненной публики: «Журналистика и культурный контекст» [Bird E. Ibid. P.30-34]. «…На протяжении почти всего нынешнего столетия (имеется в виду XX век.— А. *Ч.)* газетные репортеры, а позднее — телефидение могли быть уверены, что существует большое количество людей, которые хотя бы прочитывают газету или включают телевизор каждый вечер... В начале XXI века нет уверенности даже в этом» [P. 30].

На разрушение массовых аудиторий СМИ накладывается и другая тенденция — исчезновение «obligation to be informed» (буквально обязанность быть информированным; аналог русского «Я должен быть в курсе»). Современные молодые люди в отличие от их родителей больше не считают, что быть информированным — значит выполнять своего рода гражданский долг, что раньше было напрямую связано со способностью верно оценивать ситуацию, а главное — принимать взвешенные решения при голосовании. Как показывает автор статьи, для молодежи традиционные новостные передачи скучны и даже бесполезны.

Жан Халаби в статье «Исследования журналистики в эпоху изменения общественных коммуникаций» анализирует изменения, происходящие в журналистике под влиянием трансформаций в информационной системе в целом. Смысл этих перемен, по его мнению, состоит в том, что «журналистика перестанет доминировать в публичном дискурсе, а медиа станут менее значительной силой, чем они были когда-то» [Ibid. P. 34] .

Во-первых, новости перестали быть исключительно прерогативой журналистов; ныне их предоставляет любой Интернет-портал в качестве информационной услуги.

Во-вторых, цифровые технологии приводят к тому, что владельцы новости сами могут заниматься ее распространением; таким образом, многие источники информации способны обойтись без посреднических услуг. (Именно в возможности работать с людьми напрямую, непосредственно представители сетевых **СМИ** видят свое особое преимущество.)

В-третьих, «медиа-корпорации становятся главными игроками на рынке благодаря развлекательной, а не журналистской составляющей... Мы наблюдаем переход *от новостей из сферы развлечений, поданных как новости, к новостям, поданным- как развлечения.* За исключением изданий, предназначенных для немногих... новости все чаще подаются в развлекательном ключе. Результат —размывание грани между новостью и развлечением, появление термина *infotainment»* [Ibid. P. 36, 37].

Тем не менее эти процессы ведут, по мнению авторов статей, не к отмиранию журналистики как профессии, но *к изменению ее смысла.* Так, Элизабет Берд пишет; «Учитывая эти перспективы, журналист должен оставить все иллюзии относительно своего особого статуса, а учиться выживать в потоке информации. Возможно, он не

сможет донести информацию до всех, но, по крайней мере, его услышат те, кого интересует его сообщение» [Ibid. P. 33].

Своеволие публики, сглаженное форматом газеты и долгое время подавлявшееся ограниченным выбором в сфере радио — и телевещания, проявляется в Интернете для журналиста, воспитанного в иных традициях, с пугающей ясностью. Журналист, обращающийся к публике в Интернете, часто обнаруживает по установленному на материале счетчику посещений, что его прочитали пять-шесть человек, и велика вероятность того, что это его коллеги из других изданий.

Еще в начале 90-х гг. журналисты считали, что они — рупор общества (именно на этом убеждении, имеющем более чем 200-летнюю историю, держалась концепция «четвертой власти»), ныне же ситуация кардинально изменилась: аудитория обрела собственный голос, не вписывающийся в рамки традиционного медиа-дискурса, который невозможно игнорировать.

На протяжении последних 300 лет (времени существования старейшего из **СМИ—** газет) право на коммуникацию, как отмечает известный английский социолог Энтони Гидденс, существовало *репрезентативно:* люди делегировали свой голос другим— не только политикам, но не в последнюю очередь журналистам. По мнению Джона Хартли (статья «Коммуникативная демократия в обществе редактуры: Будущее журналистики»), *обретение публикой голоса* означает бесконечное увеличение возможностей прямой коммуникации и радикальное изменение роли журналиста. «Журналисты становятся поисковыми машинами, которые предоставляют услуги по отбору и редактированию материала для других пользователей» [Ibid. P. 43].

Определяя процесс редактуры как важнейший этап в круговороте информации в современном обществе, Хартли предполагает, что в этих условиях журналист будет выполнять не столько .роль автора, сколько работу *редактора.* «Такая модель журналистики предполагает наличие навыков поиска, редактуры, организаторские способности, умение подать материал. Репортерство — это воспроизведение существующего дискурса. Но у «редакторской» журналистики иные цели, чем те, что остались со времен уличного пространства; она не выполняет функцию оглашения «повестки дня» публичных мероприятий, как это делала пресса раньше. В современном контексте журналист сообщает информацию индивидуалистичной, оживленной публике, чьи требования

могут быть высказаны лично без посредников. В результате таких особенных взимоотношений не журналист составляет повестку дня, а публика, ждущая сенсаций. И то, что считается журналистикой, будет развиваться еще дальше, продвигаясь в области, ей не свойственные, до тех пор, пока не исчезнет» [Ibid. P.44]. Хартли формулирует две гипотезы:

1. *журналист становится редактором,* «as the one who cuts through the crap» (тем, кто продирается сквозь мусор);
2. *публика, а не журналист выстраивает повестку дня.*

Оба эти предположения находят свое подтверждение в истории развития Интернета. Первыми журналистами в Сети были авторы веб-обозрений. «Вторичность» их работы, с точки зрения информационного повода (веб-обозреватели писали об уже существующих сайтах), —естественная составляющая такого рода деятельности, которая, однако, компенсировалась тем, что журналист не стремился к объективности, но репрезентировал собственную позицию. Тем самым пользователи Сети получали некую точку отсчета, позволявшую ориентироваться в многообразии ее ресурсов.

Это вело к изменениям во внутренней структуре интернетовских изданий как предприятий. Роль главного редактора как «контролера» (gate-keeper) в

сетевых **СМИ** становится чисто *символической,* по сути представительской, поскольку ему не подвластен выбор точки зрения редакторов и обозревателей, формально остающихся у него в подчинении.

Формируется информационная система, основанная на переходе от монологического характера информации и по сути разорванной ком лгун икации, характерной для периода господства традиционных **СМИ,** к информационному диалог)' между производителем и получателем информации, тем самым к уменьшению коммуникационного разрыва. Рекомендации веб-обозревателей являются важнейшим структурным элементом новой информационной системы, поскольку помогают заинтересованным пользователям отыскать необходимые коммуникационные каналы. Более того, использование интерактивных медиа следующего поколения позволяет самому пользователю принять участие в их создании. Естественно, веб-обозреватели не могут быть единственным информационным каналом (они и не будут им, учитывая продолжающееся строительство порталов и улучшение поисковых средств, а также появление блоггеров), но они формируют одну из цепочек передачи информации аудитории, привлекая внимание к тем событиям, которые они считают важными или полезными для читателей. Здесь также особую роль приобретает *рейтинг* веб-обозревателя, но уже в виде репутации —как залог ценности именно его рекомендаций. Важность этого обстоятельства трудно переоценить, поскольку в условиях информационных перегрузок пользователи доверяют тем, кого знают. Именно веб-обозреватели оказываются в новой информационной системе *легитимными* поставщиками «информации об информации», которая на сегодня является самым дорогим товаром.

Если обратиться ко второй гипотезе, предложенной Дж, Хартли, а именно: «публика, а не журналист выстраивает повестку дня», то применительно к Интернету она находит подтверждение прежде всего на микроуровне новой коммуникационной среды, состоящей как бы из двух срезов—из общения пользователей между собой (чаты и форумы, интернет-конференции) и горизонтального обмена информацией (электронная почта, списки рассылки, usenet, виртуальные сообщества). Правда, в отличие от большинства повесток дня (agenda setting), формировавшихся в традиционных **СМИ,** здесь роль организатора ограничивается «складированием» материала, присылаемого аудиторией, и его тематическим распределением.

Отмечу еще одну особенность нового информационного поля в целом. Резко уменьшается доля политизированных высказываний (за исключением специальных изданий), которые выглядят чуждыми на этом поле. Можно сказать, что происходит усиление приватности и отрицание политического дискурса.

Медиа-глобализация

Поскольку в мировом коммуникационном пространстве сохраняйся (и даже нарастает) тенденция *к* глобализации средств массовой коммуникации, укрепление позиций мировых коммуникационных конгломератов, хотя и на технологически новом дигитальном уровне, то естественен исследовательский интерес к этой проблеме.

Формирование глобального медиа-порядка осуществляется на основе рыночных механизмов, включающих как создание новых форм услуг, так и фундаментальные *процессы* трансформации внутри самих **СМИ,** когда индустрия развлечения и информации объединяются с индустрией телекоммуникационного оборудования (вертикальная и перекрестная интеграция), В этом процессе участвует относительно немного экономических субъектов: речь идет о таких транснациональных корпорациях, как «Тайм Уор-нер», «Сони», «Уолт Дисней Кампании», «Мацушита» и т.п., которые создают новые — глобальные или региональные — медиа-каналы: Би-скай-би, Си-эн-эн, **MTV.** Постепенно формируется глобальный медиа-рынок —информационные супермагистрали, которые обозначают

и как новые электронные медиа, чтобы отделить их от обычных медиа (conventional media), к которым относят печать, радио, телевидение. Новые электронные медиа обладают почти безграничными возможностями передачи любой информации любым ее отправителем, что ведет к такому увеличению массы передаваемой информации и массы пользователей, при которой сами понятия «media» и «массовая коммуникация» обретают новый смысл.

Этот сложный по многим параметрам процесс, воздействия которого на современный мир — технические, финансово-экономические, культурно-гуманитарные, международно-геополитические—не до конца понятны, а в социальном плане вызывающий все больше беспокойства, в последние десятилетия стал предметом научных дискуссий и обсуждений на международных конференциях и семинарах. Выявившиеся две основные позиции условно можно обозначить как оптимистическую и пессимистическую.

Оптимисты (сторонники непрерывного обновления технической базы СМИ и связанных с ними информационных олигополии) подчеркивают очевидные и бесспорные блага, предоставляемые супер магистр ал ям и для научно-культурных связей в области политики и образования, медицины, финансовых операций, экологии и безопасности. Их оппоненты — пессимисты — указывают на опасность фетишизации электронных масс-медиа как средства решения всех проблем, в чем видится современный вариант технологического детерминизма (развитие техники и технологии как панацея), распространение на этой основе консьюмеризма (идеологии и психологии потребления) и культурного колониализма (СМИ как источник политического господства). Они также отмечают сложности, возникающие при эксплуатации супермагистралей, для нормального информационного траффика (т. е. потоков информации, управления и контроля за ними). Наряду с улучшением качества жизни пользователей супермагистралей, которые, помимо бытовых благ, обещают и развитие принципов электронной демократии (переход от репрезентивкости к партисипационности, т. е. от простого участия к соучастию в решении актуальных социальных проблем посредством проведения интерактивных диалогов, форумов, телеголосований), возникают трудности, связанные как с защитой интеллектуальной собственности от так называемых кибертеррористов, так и содержания информации от элементов жестокости, насилия и порнографии, противоречащих нормам морали. Как решать эти проблемы в рамках наиболее распространенной сегодня формы существования информационных супермагистралей — Интернета? Опять-таки однозначного ответа не существует, но есть эмпирические практики решения возникающих проблем, связанные прежде всего с ролью государства и новых наднациональных образований (в частности, Совета Европы) в регулировании глобального медийного процесса.

В качестве основных процессов, характеризующих развитие современных масс-медиа, исследователи выделяют четыре: *глобализацию, демассовизаиию, конгломерацию* и *конвергенцию,* сложное и неоднозначное взаимодействие между которыми и формирует современное медийное поле. Рассмотрим каждый из них подробно.

Медиа-глобализация

Преобладающей точкой зрения для истеблишмента, в том числе научного, является представление о позитивном содержании глобализации в сфере медиа, создающей единый международный дискурс, помогая на основе единого коммуникационного пространства решать любые проблемы, принося к тому же экономическую выгоду. При этом за скобки выносится одна из сложнейших проблеем — моральные последствия этой унификации.

Ныне практически отсутствуют обсуждения и требования равного распределения ресурсов (в том числе коммуникационных) между странами, что было одной из

основных тем споров в 60-80**-х** гг. **XX** в. (вспомним борьбу за новый мировой информационный порядок). В условиях глобализации размывается понятие если ?не национального государства как такового, хотя и эта тенденция присутствует, то, по крайней мере, представление о национальных границах[1]. Ныне внимание перенесено на последствия процесса глобализации для медиа-систем, отдельных каналов, журналистов и для широкой аудитории. Одной и из наиболее часто обсуждаемых стала проблема доступа к информации для бедных стран, рынки которых менее привлекательны для продажи информационного продукта. Если воспользоваться популярной метафорой М. Маклюэна, то действительно, мы оказались в условиях «глобальной деревни», но при этом часто забывают о том, что деревня традиционно противостоит городу по уровню и разнообразию представленных в городе образцов культуры и стилей жизни, а новая глобальная «деревня» сводит все это многообразие до образца Мак-доналдса. И хотя глобальные медиа открывают простор для поиска информации, в то же время широко транслируемая информация, безусловно, сужает диапазон мнений и точек зрения. Каков глобальный баланс между этими тенденциями, сказать пока трудно.

Демассовизаиия

Это тенденция к охвату не всей возможной аудитории, но ее определенных сегментов — целевой аудитории, т.е. процесс ее фрагментации, связанный с диверсификацией и увеличением числа доступных каналов, когда каждый находит собственное коммуникативное средство в зависимости от интересов, вкусов, социального статуса. Демассовизация связана с принципиально иными, по сравнению с традиционными, характеристиками аудиторий, складывающихся на основе развития новых технологий. Это означает сужение старых, ориентированных на традиционные способы передачи информации аудиторий и все более расширяющиеся аудитории электронных **СМИ.** Тем самым размывается традиционная массовая аудитория в результате трансформации и совершенствования создания коммерческого информационного продукта на основе тщательного учета спроса со стороны целевых аудиторий в условиях ужесточения конкуренции на этом рынке. Парадоксальным, но ожидаемым следствием сегментации аудитории становится усиление власти олигополии в глобальном информационном пространстве как результат концентрации этого бизнеса.

Конгломерация

Этот процесс предполагает слияния и приобретения различных медийных средств, в результате чего большинство их сосредоточивается в руках относительно небольшого числа владельцев. Владение несколькими **СМИ** обеспечивает тиражирование продукта по многим каналам и, как следствие, его высокую доходность (статья в журнале, затем книга, программа на телевизионном канале, снятый на ее основе фильм, демонстрируемый своей прокатной сетью в собственных кинотеатрах, и т.д.). Поисходит комбинирование традиционных и новых медиа, прежде всего телевидения и Интернета, с целью превращения кабельных каналов в веб-порталы, в интернет-магазины, где продаются продукты нового интегрированного рынка, прежде всего программное обеспечение и бытовая техника.

Конгломерация как диверсификация интересов информационных олигополии, скупающих книжные и журнальные издания и издательства, радио— и телестанции, спутниковые и кабельные системы вещания, интернет-провайдерские сети, —отнюдь не новый процесс, однако ныне он приобретает широкий размах, выступая как порождение и результат глобализации.

Конвергенция,

Это понятие применительно к развитию современных масс-медиа означает стирание — в процессе технологических изменений — традиционных (старых) различий между ними, отделявших ранее их друг от друга. Этот процесс,

обусловленный не в последнюю очередь экономическими причинами, позволяя минимизировать риски на новых рынках, вместе с развитием Интернета оказывается основной содержательной характеристикой глобальных изменений в самих медиа, последствия которых широко обсуждаются (в частности, вопросы о регулировании их деятельности, размывание общественных функций в условиях все большего подчинения экономическим интересам и т. д.).

Итак, глобализация в сфере медиа означает как размывание традиционных границ между различными масс-медиа, так и изменения в составе и характере аудиторий. Однако процесс медиа-глобализации порождает и непредвиденные последствия, одним из которых является возникновение «мифологии» глобализации.

«Мифология» глобализации через медиа

Английская исследовательница Марджори Фергюсон выделила семь мифов в «живой истории мифологии глобализации» [Ferguson M., 1992], которые составляют содержание глобальных информационных потоков:

1. «Большой лучше»;
2. «Больше лучше»;
3. «Время и пространство исчезают»;
4. «Глобальная культурная гомогенизация»;
5. «Спасти планету Земля»;
6. «Демократия на экспорт посредством американского телевидения»;
7. «Новый мировой порядок».

Миф «Большой лучше» выступает в качестве политической идеологии, основы публичной политики, а также корпоративной стратегии, обслуживая доктрину рыночного капитализма, отражающую позитивную роль всемирной миграции капитала, товаров и услуг. В сфере коммуникации миф используется для обоснования эскалации концентрации собственности в руках олигополии и последующего подчинения медиа как средства публичного дискурса, в рамках которого «продажа» глобализации на рынке становится частью данного феномена как такового (усиление и расширение симбиоза гиперболы глобализации и ее смысла).

Второй миф интерпретируется так: увеличение прибыли частных корпораций ведет к увеличению возможностей выбора у потребителя.

Представление об исчезновении (сжатии) пространства и времени базируется на преувеличении возможностей новых электронных медиа осуществить давнюю мечту человечества об объединении мира.

Миф о глобальной культурной гомогенизации связан с идеей Маршала Маклюэна о глобальной «деревне», дополненной постмодернистской интерпретаций «сплетенности» мира, т. е. об усилении культурного и экономического единообразия. В основе этих представлений лежит реальный процесс конгломерации как транснациональной организации культурного производства, обеспечивающей экспорт и импорт медиа-артефактов. Все это приводит к созданию мета-культуры, в рамках которой возникает коллективная индентичность, базирующаяся на разделяемых образцах потребления на основе формирования индивидуального выбора путем подражания или манипулирования.

В призыве «Спасти планету Земля» объединились, по мнению М. Фергюсон, идущая от Античности вера в тесную связь человека (микрокосма) и природы (макрокосма) с современными идеями экологического активизма.

Идея «Демократия на экспорт через американское телевидение» является, по мнению Фергюсон, обновленной версией представления о возможностях масс-медиа воздействовать на общественное мнение — прежде всего в политических целях, т. е. о прямых медиа-эффектах, характерных для начального периода развития массовых **СМИ.** Эта идея всплыла вновь в исследовании глобализации медийной сферы, проведенном Министерством торговли **США,** целью которого было выявить

возможность усиления конкурентноспособности американских компаний для обеспечения их доминирования в этой сфере [ObuchowskiJ., 1990]. Фактически в итоговом документе речь шла о формировании политико-культурной повестки дня для всего мира. В основе исследования лежала предпосылка об эффективности американской кинопродукции и телевизионных программ как экспортеров американских ценностей и демократических идеалов в условиях, когда глобальные медиа играют все более значительную роль в продвижении свободы слова и требованиях демократических реформ в международном масштабе. (Эта точка зрения получает подтверждение всякий раз, когда политические лидеры всего мира и национальные медиа-корпорации буквально цитируют **CNN,** выступающее как **«**общий язык» современности.)

Из подобного сочетания политики и экономики возник функциональный набор идей, которым руководствуется как американ**ское** телевизионное и кинопроизводство, так и американский ^Истеблишмент. Это прежде всего взгляд на информационные **Продукты** как средство политического просвещения и формирования соответствующих убеждений (в частности, отказ от коллективизма во имя демократии), в противоположность потенциалу культурного переопределения (dislocation), предполагающего представленность различных позиций без выделения доминирующей.

Миф о новом мировом порядке является самым поздним добавлением к мифологии глобализации, появление которого, по мнению М. Фергюсон, демонстрирует возникновение новых мифов на основе возрождение старых и забытых, но адаптированных к изменившимся условиям. Впервые призыв к **НМП** в его современном виде прозвучал из уст американского президента Джор-джа Буша-старшего во время войны в Заливе в самом общем виде, за которым стоял целый комплект довольно смутных идей. Его неопределенность была связана с неразличенностью двух представлений—мировым порядком (world order) как созданием (внесением) порядка ***в*** мире (order *in* the world) и упорядочиванием мира (ordering *of* the world) в соответствии с определенным набором идеологических предпосылок и экономических практик. И эта двусмысленность сохраняется до сих пор, несмотря на постоянно идущий пересмотр самого мифа.

Однако само американское происхождение мифа, хотя и носящего глобальный характер, изначально определяло его суть как ожидание «нового Иерусалима» мировой политической власти, должной возникнуть в результате уничтожения коммунизма и триумфа капитализма. До того как этот мираж сгустился, «новый» НМП стал разворачиваться с драматической быстротой: августовский (1991 г.) путч в Москве и последовавший за ним быстрый развал Советского Союза ознаменовали его начало. Провозвестником этого мифа стала идея «конца истории» Фрэнсиса Фукуямы [FukujamaE, 1989], согласно которому западная либеральная демократия прошла полный круг развития и вернулась к началу— не к «концу идеологии» или конвергенции социализма и капитализма, но к безоговорочной победе экономического и политического либерализма.

Версия истории, которая заканчивается, связана с концом господства идей Просвещения и переходом к постмодерну и нашим падением через границу модерна (как воплощения просвещенческих идей) в бездну неопределенности, характеризующейся в частности, сдвигом границ и представленийо политическом суверенитете, превосходящем границы национальных государств. Именно расширенное понятие суверенитета является основой внешней политике США последнего десятилетия, которая получает свое «оправдание» не в последнюю очередь через медиаглобализацию.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ТРЕНДЫ В КОММУНИКАЦИИ
2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. ПРОТОКОЛЫ КОММУНИКАЦИИ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

Тема 1.1. Социокультурные изменения и протоколы коммуникации

Тема 1.2. Механизмы активации протоколов коммуникации

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний этапов проектирования коммуникативных компаний.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие социокультурных изменений. Социокультурные изменения в современном мире. Оси трансформации культуры в современном мире. Ось глобализация – идентификация. Ось коммунализм – индивидуализм. Уровни глобальной культуры. Космополитичное меньшинство. Мультикультурная глобальная культура	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	*Роль сознания в осуществлении коммуникации. Понятие нейронных паттернов и нейронных сетей. Модель активации сознания с помощью коммуникации. Виды образов тела. Образы внутреннего состояния и образы внешнего состояния*	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Ценности как основа социальной помощи. Специфика современного социального дискурса: состояние социальной сферы, основные тенденции социальной политики, направления интереса СМИ в освещении событий, явлений, проблем социальной сферы.
2. Понятие социального института. Государство, бизнес, семья, общество (в том числе местные сообщества), церковь, журналистика — возможности и ограничения.

3. Системная благотворительность и социальная политика. Критерии эффективности.
4. Благотворительные организации, правозащитные организации, волонтеры, КСО, фонды местных сообществ.
5. Финансирование социальной помощи. Сферы, формы и виды благотворительности, волонтерской и правозащитной деятельности.
6. Законодательные основы благотворительной, волонтерской и правозащитной деятельности.
7. Помощь детям и людям пожилого возраста. Благотворительность в медицинской сфере, помощь людям с ограниченными возможностями.
8. Волонтеры в чрезвычайных ситуациях.
9. Экологическая деятельность и благотворительность.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия: Протоколы коммуникации социокультурных изменений.

Форма практического задания: Реферат (доклад), презентация и дискуссия по итогу реферата

Темы рефератов:

1 История становления межкультурных коммуникаций.
2 Междисциплинарные основания межкультурных коммуникаций и эволюция западной мысли в области межкультурных коммуникаций.
3 Парадигма социальных наук в исследованиях межкультурных коммуникаций.
4 Типы восприятия межкультурных различий.
5 Интерпретативная парадигма в исследованиях межкультурных коммуникаций
6 Критическая парадигма в исследованиях межкультурных коммуникаций.
7 Основные формы аккультурации.
8 Кросс-культурная теория адаптации. Культурный шок.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – Контррльная работа

1. Перечислите основные векторы социокультурной трансформации в современном мире? Объясните суть каждого вектора.
2. Перечислите основные уровни глобальной культуры в современном мире? Объясните основу каждого уровня.
3. Опишите типологию культурных моделей в современном мире. Каким векторам коммуникации они соответствуют? Дайте определение каждого типа.
4. Перечислите основные протоколы коммуникации в современном мире? Дайте определение каждого протокола и приведите 2-3 примера для каждого
5. Опишите модель коммуникативного процесса в современном обществе. Объясните каждый элемент модели.

1. Понятие социокультурных изменений. Социокультурные изменения в современном мире.
2. Оси трансформации культуры в современном мире.
3. Уровни глобальной культуры.
4. Типология культурных моделей.
5. Протоколы коммуникации в современном мире.
6. Реклама как протокол коммуникации.
7. Создание общего языка медиа.
8. Брендинг как протокол коммуникации.
9. Создание сетевого дигитального гипертекста.
10. Модель коммуникативного процесса в современном обществе

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается.

Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ТРЕНДЫ В КОММУНИКАЦИИ
2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. КОММУНИКАЦИЯ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ

Тема 2.1. Массовая коммуникация и массовая самокоммуникация

Тема 2.2. Внутренние корпоративные коммуникации

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, работой с целевой аудиторией и формально-содержательные характеристики.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Особенности массовой коммуникации в современном мире. Однонаправленность и интерактивность массовой коммуникации.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	*Организационная трансформация медиа. Глобализаиия и диверсификация медиа. Ядро глобальных медиасетей.*	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Этические нормы социальной журналистики. Как писать о социальных группах с повышенными рисками, о благотворительности и правозащитной деятельности.
2. Основные ошибки журналистов. Нормы поведения журналиста: отношения с героем, отношения с властями.
3. Философские, социологические, психологические, физиологически, и антропологические основы социальной взаимопомощи.
4. Теории альтруизма. Социальная функция взаимопомощи.
5. Теория игр в социальной журналистике.
6. Психологические аспекты взаимодействии с социально угрожаемыми группами.
7. Безопасность работы журналиста.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия: Коммуникация в цифровую эпоху

Форма практического задания: **Реферат (доклад), презентация и дискуссия по итогу реферата**

Темы рефератов:

1 Теория четырех измерений культуры Г. Ховстеде.
2 Теория управления беспокойством и неопределенностью Гудикунста.
3 Теория высоко и низко контекстуальных культур Э. Холла
4 Теория культурной грамотности Э. Хирша.
5 Понятия субкультура и постсубкультура. Современные теории субкультур.
6 Методы изучения культурных систем и межкультурных ситуаций
7 Уровни межкультурных коммуникаций.

8 Культурная экспансия, культурный конфликт, культурная диффузия.
9 Транснационализм. Мультикультурная идентичность

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2
форма рубежного контроля – Эссэ

1. Предмет и задачи курса «Межкультурная коммуникация». Место дисциплины в системе гуманитарных наук.
2. Понятие коммуникации. Структура коммуникации. Субъекты коммуникации. Основные этапы формирования и развития межкультурной коммуникации.
3. Основные виды коммуникации, их назначение и характеристика.
4. Вербальная коммуникация. Уровни, формы и каналы коммуникации. Язык как элемент культуры. Невербальная коммуникация, ее составляющие и специфика.
5. Модели коммуникации. Функции коммуникации, ее характер.
6. Социокультурный и исторические аспекты межкультурной коммуникации.
7. Сущность и своеобразие межкультурной коммуникации.
8. Универсальные и культурно-специфические аспекты коммуникации.
9. Межкультурная коммуникация: её структура и виды.
10. Сущность и компоненты культуры. Типология культур.
11. Проблема культурных различий между народами.
12. Объясните понятия «массовой коммуникации» и «массовой самокоммуникации»? Каково соотношение этих понятий?
13. Дайте определение понятию «интерактивный цифровой гипертекст». Приведите примеры таких текстов.
14. Как происходит смешение и перераспределение культурных представлений в рамках нового протокола коммуникации?
15. Как трансформировались роли отправителей и получателей в современном медийном пространстве?
16. В чем заключается технологическая и организационная конвергенция в медиа? К каким последствиям она привела?.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола

вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. ПРОТОКОЛЫ КОММУНИКАЦИИ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ
Тема 1.1. Социокультурные изменения и протоколы коммуникации
Не предусмотрены
Тема 1.2. Механизмы активации протоколов коммуникации
Не предусмотрены
РАЗДЕЛ 2. КОММУНИКАЦИЯ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ
Тема 2.1. Массовая коммуникация и массовая самокоммуникация
Не предусмотрены
Тема 2.2. Глобальные и мультимедийные бизнес-сети
Не предусмотрены

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
ЖУРНАЛИСТИКА И НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ

Направление подготовки
«42.03.02 Журналистика»

Направленность
Журналистика

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г..

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При

неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос — это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. ПОНЯТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ. НКО И СМИ	
Тема 1.1. Социальная журналистика: определение понятия	Социальная журналистика в различных ее интерпретациях. Альтернативные определения: гражданская, общественная, журналистика соучастия, журналистика прямого действия, интерактивная журналистика, партиципарная. Социальная функция журналистики, социальная ответственность журналиста.
Тема 1.2. НКО как субъект социальной журналистики	Три сектора общественной деятельности. Определение понятия «некоммерческая организация». НКО в системе социальной журналистики. Взаимодействия НКО и СМИ.
Раздел 2. ТЕХНОЛОГИИ РАБОТЫ В СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ. ЖУРНАЛИСТИКА КАК ЭЛЕМЕНТ СОЦИАЛЬНОЙ ПОМОЩИ	
Тема 2.1. Социальная проблематика в современных средствах массовой информации	Социальная тематика в новых медиа. Специализированные и неспециализированные СМИ, функциональное разнообразие. Жанровая специфика социальной журналистики. Жанр аналитического репортажа. Соотношение частной истории и социального явления в социальной журналистике. Элементы нарратива, сторителлинга, прямой речи героя, социологические данные, комментарий эксперта. Политическая ангажированность и социальные вопросы
Тема 2.2. Специфика освещения социальной проблематики в современных средствах массовой информации	Принципы отбора социальных проблем в СМИ. Специфика современного социального дискурса: состояние социальной сферы, основные тенденции социальной политики, направления интереса СМИ в

	освещении событий, явлений, проблем социальной сферы. Социальные группы с рисками, освещение их проблем в СМИ. Социальные стереотипы. Жизненные истории как жанр социальной журналистики. Разработка темы и сбор информации. Виды источников информации. Анализ и оценка надежности источников информации. Защита источников информации. Специфика работы с героями социальных сюжетов. Выбор тона публикации. Подбор фотоматериала. Подбор аудиовизуальных и выразительных средств

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ. НКО И СМИ

Тема 1.1. Социальная журналистика: определение понятия
Вопросы для самоподготовки:

1. Ценности как основа социальной помощи. Специфика современного социального дискурса: состояние социальной сферы, основные тенденции социальной политики, направления интереса СМИ в освещении событий, явлений, проблем социальной сферы.
2. Понятие социального института. Государство, бизнес, семья, общество (в том числе местные сообщества), церковь, журналистика — возможности и ограничения.
3. Системная благотворительность и социальная политика. Критерии эффективности.
4. Благотворительные организации, правозащитные организации, волонтеры, КСО, фонды местных сообществ.
5. Финансирование социальной помощи. Сферы, формы и виды благотворительности, волонтерской и правозащитной деятельности.

Тема 1.2. НКО как субъект социальной журналистики
Вопросы для самоподготовки:

1. Законодательные основы благотворительной, волонтерской и правозащитной деятельности.
2. Помощь детям и людям пожилого возраста. Благотворительность в медицинской сфере, помощь людям с ограниченными возможностями.
3. Волонтеры в чрезвычайных ситуациях.
4. Экологическая деятельность и благотворительность.

РАЗДЕЛ 2. ТЕХНОЛОГИИ РАБОТЫ В СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ. ЖУРНАЛИСТИКА КАК ЭЛЕМЕНТ СОЦИАЛЬНОЙ ПОМОЩИ
Тема 2.1. Социальная проблематика в современных средствах массовой информации
Вопросы для самоподготовки:

1. Этические нормы социальной журналистики. Как писать о социальных группах с повышенными рисками, о благотворительности и правозащитной деятельности.
2. Основные ошибки журналистов. Нормы поведения журналиста: отношения с героем, отношения с властями.
3. Философские, социологические, психологические, физиологически, и антропологические основы социальной взаимопомощи.

Тема 2.2. Специфика освещения социальной проблематики в современных средствах массовой информации
Вопросы для самоподготовки:

1. Теории альтруизма. Социальная функция взаимопомощи.
2. Теория игр в социальной журналистике.
3. Психологические аспекты взаимодействии с социально угрожаемыми группами.
4. Безопасность работы журналиста.

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ. НКО И СМИ
Тема 1.1. Социальная журналистика: определение понятия
Не предусмотрены
Тема 1.2. НКО как субъект социальной журналистики
Не предусмотрены
РАЗДЕЛ 2. ТЕХНОЛОГИИ РАБОТЫ В СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ. ЖУРНАЛИСТИКА КАК ЭЛЕМЕНТ СОЦИАЛЬНОЙ ПОМОЩИ
Тема 2.1. Социальная проблематика в современных средствах массовой информации
Не предусмотрены

Тема 2.2. Специфика освещения социальной проблематики в современных средствах массовой информации
Не предусмотрены

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «**Журналистика и некоммерческие организации**» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента.

Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов

не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;

3. цели и задачи;

4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;

5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;

6. анализ и толкование полученных в работе результатов;

7. выводы и оценки;

8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.

4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.

5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;

– в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;

– знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;

– свободное владение терминологией;

– ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;

– единичные ошибки в терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;

– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;

– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

– незнание терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина ЖУРНАЛИСТИКА И НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ
2. Тема лекционного занятия.
Раздел 1. ПОНЯТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ. НКО И СМИ
Тема 1.1. Социальная журналистика: определение понятия
3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний этапов проектирования коммуникативных компаний.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Социальная тематика в новых медиа. Специализированные и неспециализированные СМИ, функциональное разнообразие.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Раздел 1. ПОНЯТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ. НКО И СМИ
Тема 1.1. Социальная журналистика: определение понятия
Текст лекции

Предмет изучения социальной журналистики, ее функции и методы

Существуют два подхода к трактовке термина социальной журналистикой: широкий и узкий. *В рамках широкого подхода* социальной журналистики как отдельного направления нет, так как вся журналистика социальна. *В рамках узкого подхода* социальная журналистика существует как отдельная система, в которой выделяются следующие направления:

1. Социальная журналистика — деятельность журналистов, связанная с представлением и защитой интересов неблагополучных слоев общества (социальная адвокатура).

2. Социальная журналистика — деятельность журналистов, связанная с рекламой социальной политики государства (насколько правительство справляется с решением социальных задач, проблем, реализацией национальных проектов и т.д.).

3. Социальная журналистика — деятельность журналистов, связанная с формированием социальных групп, реализацией обмена информации между ними, установкой взаимоотношений между представителями различных страт.

4. Социальная журналистика — деятельность журналистов, связанная с социализацией человека (взаимоотношения «человек — общество»), отдельных групп; решение психологических проблем личности. социальных групп, реализацией обмена информации между ними, установкой взаимоотношений между представителями различных страт.

Предмет социальной журналистики — взаимоотношения человека и группы (общества); проблемы и перспективы развития общества.

Функции социальной журналистики:

1. Социализация.

2. Институциолизация.

3. Стратификация.

4. Мобильность.

5. Социальный контроль.

Задачи социальной журналистики

Одной из задач социальной журналистики является соблюдение баланса между субъектами межсекторного взаимодействия в осуществлении социальной политики и реализации социальных проектов и программ. Это обусловлено, прежде всего, тем, что ни государство, ни бизнес, ни общественность не могут в настоящий момент «в одиночку» преодолеть социальную несправедливость и конфликты, обеспечить людям равные возможности для достойной жизни. Только совместными усилиями представителями трех секторов можно решать значимые социальные проблемы, такие, например, как бедность, бездомность, сиротство, насилие в семье, загрязнение окружающей среды.

Вторая задача социальной журналистики связана с освящением в СМИ эффективных социальных технологий, способствующих наиболее рациональному решению социальных проблем. С целью конструктивного взаимодействия представителей всех трех секторов современного общества для решения социально значимых проблем используются технологии «социального партнерства», которые осуществляются в рамках действующего законодательства. К таким технологиям относятся:

1. Социальный заказ — экономико-правовая форма реализации приоритетных целевых социальных программ, направленных на решение социально значимых проблем межгосударственного, федерального и (или) регионального уровней, обеспеченных в основном за счет средств бюджета соответствующего уровня.

2. Целевое финансирование конкретных организаций, осуществляющих социально значимую деятельность.

3. Конкурсное размещение государственных или муниципальных грантов среди государственных и негосударственных некоммерческих организаций. При этом, как правило, объявление таких конкурсов сопровождается некоторыми ограничительными рамками по определенным тематическим признакам. Это позволяет сконцентрировать силы и средства на решении какого-либо достаточно узкого круга проблем.

4. Создание ассоциированных структур (государственно-общественные, общественно-государственные, муниципально-общественные, общественно-муниципальные организации, фонды, некоммерческие ассоциации, партнерства и т.д.), имеющих определенный круг целей и задач и создающихся целевым образом для их достижения и решения.

5. Подписание временных соглашений о сотрудничестве, в раках которых могут проводиться разовые мероприятия или акции социальной направленности.

6. Подписание долгосрочных соглашений, определяющих принципы взаимоотношений различных секторов общества (или их частей).

7. Создание общественных советов различного функционального назначения и, соответственно, наименования (консультативные, координационные, экспертные и т.д.).

Третьей задачей социальной журналистики выступает общественный контроль за осуществлением социальной политики и решением социальных задач. В этой связи необходимы механизмы мониторинга и оценки эффективности социально общественной деятельности, которые заложены в технологии «социального проектирования».

Социальный проект:

1) описывает действия, направленные на решение социальных проблем;

2) описывает целесообразность этих действий (основания);

3) является средством для коммуникации с субъектами общественной практики;

4) понятен и доступен всем заинтересованным структурам и отдельным лицам;

5) выступает средством самоопределения других представителей межсекторного взаимодействия, то есть затрагивает их жизненные интересы.

Таким образом, социальная журналистика выполняет следующие ***частные задачи***:

— помочь одному человеку в конкретной ситуации, рассказать о прецеденте решения проблемной ситуации и стремиться к выработке алгоритма решения той или иной проблемы;

— открывать новые темы и проблемы для обсуждения, отслеживать изменения, давать им оценку, осваивать новые жизненные реалии, помогать жить в меняющемся мире и ориентироваться в нем, стимулировать творческую жизненную активность и в

особенности идивидуальную инициативу традиционных ситуаций, не допускать замалчивания или невнимания к трудным ситуациям, объяснять суть перемен;

— давать полную информацию о состоянии социальной сферы, вырабатывать общую позицию по назревшим проблемам, подвергать общественной экспертизе все законопроекты и решения, реально участвовать в формировании и осуществлении социальной политики, следить за функционированием социальных институтов;

— упорядочивать общественные отношения, поддерживать равновесие интересов, представляя и обосновывая позиции различных социальных групп, снимать социальную напряженность и предотвращать потрясения; стремиться к разговору на равных между разными группами;

— помнить о нравственной оценке событий, поступков, высказываний, морально поддерживать людей и помогать преодолевать чувство одиночества и безысходности, рассказывать об опыте других людей, напоминать, что всегда есть возможность помочь другому, всегда ставить идеи гуманизма и добра выше ситуативных интересов отдельных групп.

1. Учебная дисциплина ЖУРНАЛИСТИКА И НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ. НКО И СМИ
Тема 1.2. НКО как субъект социальной журналистики
3. Цели занятия

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, а также в выборе коммуникационных каналов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Три сектора общественной деятельности. Определение понятия «некоммерческая организация». НКО в системе социальной журналистики. Взаимодействия НКО и СМИ.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ. НКО И СМИ
Тема 1.2. НКО как субъект социальной журналистики
Текст лекции

Важность присутствия компании в информационном пространстве сегодня трудно оспаривать. Это признают и представители «третьего сектора» экономики — некоммерческие организации. В рамках программы корпоративной социальной ответственности «PRO» «Газпром-Медиа Холдинг» сотрудничает с благотворительными фондами и общественными организациями, оказывая им, помимо прочего, информационную поддержку. Для многих НКО такой вид помощи очень ценен и востребован, так как собственных ресурсов или опыта работы со СМИ у них нет.

Камни преткновения

Всем известна притча про рыбу и удочку: научить НКО взаимодействовать со СМИ — важная задача, которая поможет в дальнейшем третьему сектору работать в несколько раз эффективнее. В середине февраля АО «Медиа Пресс», входящий в состав «Газпром-Медиа Холдинг», совместно с Комитетом по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями Санкт-Петербурга провели первую обучающую встречу в рамках школы СМИ для НКО. Ее участниками стали представители некоммерческих организаций, победители конкурса Фонда президентских грантов из Санкт-Петербурга.

Сегодня большинство организаций пришли к пониманию того, что важно уметь правильно работать с информацией и преподносить ее аудитории эффективнее всего через СМИ. Практические советы, которые удалось получить участникам сессии «Формы и форматы взаимодействия НКО и медиапространства», — ценный материал для любой НКО, планирующей увеличивать медиаприсутствие своей организации и столкнувшейся с непониманием, с чего начать.

Сложности в работе со СМИ у НКО возникают по разным причинам. Представители некоммерческого сектора могут недооценивать важность этого направления работы. Из-за этого взаимодействие с прессой осуществляется на нерегулярной основе и на низком профессиональном уровне.

Часто это связано также с отсутствием финансовых и человеческих ресурсов. Заблуждением является то, что для работы со СМИ нужен целый пиар-отдел. По мнению генерального директора АО «Медиа Пресс» и организатора школы СМИ для НКО в Санкт-Петербурге Алексея Блинова, в первую очередь важна не численность сотрудников отдела, а профессионализм отдельно взятого человека. Порой достаточно иметь одного PR-специалиста, владеющего навыками взаимодействия с информационным полем, знающего технологии и принципы работы с каналами информации, чтобы выстроить коммуникацию со СМИ и добиться поставленных целей.

Грамотно выстроенные профессиональные отношения способны принести пользу как НКО, так и СМИ. Журналисты всегда ищут информационные поводы, героев, сюжеты и возможности расширить свою аудиторию. НКО же может предоставить социально значимый и востребованный контент и аудиторию, которая нуждается в этом контенте. Главное — поэтапно работать над выстраиванием долгосрочных партнерских отношений со СМИ, демонстрируя, что темы некоммерческого сектора могут быть интересными и уместными.

Выбор СМИ

Первый шаг на пути к эффективной работе НКО с медиапространством — правильный выбор медиа. Ориентироваться стоит на два основных фактора: насколько конкретное СМИ подходит под цели НКО и насколько хорошая у него репутация.

Маловероятно, что веерная рассылка пресс-релизов по базе всех медиа региона или города будет иметь результат. Сначала стоит понять, какую именно информацию НКО хочет донести до аудитории, — например, осветить конкретную благотворительную акцию или рассказать в целом о работе организации, привлечь пожертвования или волонтеров. Затем четко сформировать представление об аудитории и проанализировать, какие СМИ читает эта категория. И уже затем искать, какие возможности взаимодействия есть у подходящих медиа под конкретную задачу.

Частой ошибкой на этом этапе является несоответствие масштаба и формата инфоповода выбранному СМИ. Для федеральной аудитории вряд ли будет интересен небольшой фольклорный концерт, но привлекут внимание практики, демонстрирующие движение и успех всего сектора, изменения законодательства на региональном уровне.

Вторым, не менее важным фактором является репутация СМИ. Сферы деятельности большинства НКО таковы, что требуют от журналиста не только умения грамотно и интересно писать, но и чувство такта, знание и соблюдение норм этики, умение корректно подать материал.

Наведение мостов

Определив для себя СМИ, которые могли бы заинтересоваться темами НКО, необходимо начать выстраивать отношения с журналистами. Инициатива и тактичность помогут организации заявить о себе, но сделать это ненавязчиво.

Начать сотрудничество можно, предложив спикеров от лица НКО в качестве экспертов по тем или иным темам. Важно учесть, что подобные комментарии обычно требуются оперативно. Это важный фактор, который в будущем может повлиять на то, как часто СМИ будет обращаться к организации с запросами.

Рассылка пресс-релизов с информацией о мероприятии не будет столь эффективна, как непосредственное привлечение журналистов к участию. Мастер-классы, семинары, экспертное сопровождение, работа «в полях» — такое сотрудничество с журналистским сообществом приносит ощутимые результаты. У российских НКО есть опыт проведения слетов журналистов, где им предлагалось принять участие в паблик-токах, фотовыставках, просмотрах фильмов, разборах журналистских материалов и т. п. Погружение журналиста «в контекст» также способствует тому, что он сможет разобраться в теме детально и более

глубоко, вникнуть в вопрос, что отразится на качестве будущего материала.

Соблюдение принципов

Среди основных принципов, на которых строится работа НКО и СМИ, Алексей Блинов называет:

- взаимопонимание;
- партнерство;
- совместное творчество;
- доброта;
- честность.

Все эти ценности лежат в основе благотворительности как таковой. Чтобы сохранить доверие доноров, фонды и организации честно и открыто рассказывают о своей деятельности, демонстрируют отчетность. Объясняют нюансы, тонкости, то, что может быть непонятно обывателю. Также строится и сотрудничество с журналистами.

Важно не воспринимать медиа только как способ рассказать о своей деятельности, а учитывать и интересы журналистов. Предлагая нестандартные форматы работы и спецпроекты, НКО демонстрирует свою гибкость и готовность к совместному творчеству, которое может привлечь новую аудиторию для СМИ, а также самой организации.

При написании материалов на социально значимые темы часто возникает вопрос согласования текста. По закону РФ журналист не обязан визировать материалы до публикации. Требование предварительно показать материал может трактоваться как препятствование профессиональной деятельности журналиста. Если же отношения со СМИ строятся на доверии и партнерстве, то НКО не составит труда договориться с журналистом и предварительно увидеть материал, мотивируя это специфичностью темы. В этом случае организации не стоит пытаться перефразировать весь текст в угоду себе. Из уважения к чужому труду можно убедиться в корректности изложенных фактов и позволить журналисту использовать его профессиональный стиль и авторскую подачу.

Если есть какие-то острые углы, которые организация хотела бы обойти, то лучше заранее и честно обсудить это с представителем СМИ, чтобы в дальнейшем не пытаться найти причину для внесения правок.

Заключение

Для НКО турбулентное время в обществе — это шанс показать себя как экспертов, организаторов, привыкших работать в трудных условиях. Через СМИ у фондов и общественных организаций есть возможность донести до общества идеи и принципы правильной и эффективной благотворительности, способы решения той или иной проблемы. Найти точки соприкосновения медиа и НКО могут по любой теме, но для этого важно приложить усилия с обеих сторон.

Вот основные пункты, которые помогут некоммерческим организациям выстроить хорошие долгосрочные отношения с журналистами:

- Не пытайтесь объять необъятное: точечная работа с конкретным СМИ или журналистом, разделяющим принципы организации и имеющим опыт в работе с подобными темами, будет эффективнее, чем массовая рассылка шаблонного пресс-релиза.
- Помните о том, что какой бы социально значимой работой ни занималась НКО, медиа не обязаны об этом писать. Уважайте интересы, редакционную политику и сферу работы конкретного СМИ. Упреки и попытки призвать к тому, чтобы журналист освещал социальные проблемы, некорректны.
- Проявляйте фантазию — разрабатывайте нестандартные подходы для привлечения журналистов, приглашайте их принять участие в мероприятиях НКО. Это позволит погрузить журналиста в тему и выделит на фоне остальных организаций, сделав ее привлекательной для медиапространства.
- Выстраивайте отношения бережно, как делали бы это с друзьями. Взаимное уважение, проявление искреннего интереса, доброты, внимания — все это лежит в основе любых отношений. Помните о рабочем этикете и культуре общения, не нарушайте личные границы.

Эти несложные правила помогут выстроить не просто формальные отношения, а дружбу, основанную на уважении и взаимном интересе. Такие отношения обогатят и принесут пользу и НКО, и СМИ, и, конечно, аудитории. Ведь в первую очередь работа обоих ведется именно на благо общества.

1. Учебная дисциплина ЖУРНАЛИСТИКА И НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 2. ТЕХНОЛОГИИ РАБОТЫ В СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ. ЖУРНАЛИСТИКА КАК ЭЛЕМЕНТ СОЦИАЛЬНОЙ ПОМОЩИ
Тема 2.1. Социальная проблематика в современных средствах массовой информации
3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, работой с целевой аудиторией и формально-содержательные характеристики.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	*Социальная тематика в новых медиа. Специализированные и неспециализированные СМИ*	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. РАЗДЕЛ 2. ТЕХНОЛОГИИ РАБОТЫ В СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ. ЖУРНАЛИСТИКА КАК ЭЛЕМЕНТ СОЦИАЛЬНОЙ ПОМОЩИ
Тема 2.1. Социальная проблематика в современных средствах массовой информации
Текст лекции

Банкротство компаний, мировая финансовая лихорадка, очередные решения правительства— все эти и другие новости имеют большое значение для каждого из нас. Они прямо или косвенно затрагивают вопросы нашего благосостояния, жизненных приоритетов, социального самочувствия. Однако рассказывая о таких событиях, журналисты часто увлекаются формой — как эффектнее подать новость? При этом основное содержание остается за кадром. Поэтому сейчас, когда разобраться во все увеличивающемся потоке информации самостоятельно становится сложно, особое значение приобретает та журналистика, которая не просто информирует, просвещает или развлекает, а говорит о насущном. Она помогает жить в меняющемся мире и ориентироваться в нем.

В журналистике традиционно выделяют ряд тематических сфер: политическую, экономическую, социальную, культурную, спортивную и др. До сих пор между и теоретиками, и практиками журналистики существуют разногласия о понятии «социальная журналистика». Формально к социальной проблематике в журналистике относят здравоохранение, образование, культуру, социальное обеспечение, жилищно-коммунальное хозяйство и некоторые другие сферы жизни. Но это ограничение условное, потому что на социальное самочувствие общества может оказать влияние и событие, которое по формальным признакам относится к теме политики или экономики. То есть эта специализация охватывает всю сферу социального, которое понимается как «способ совместной деятельности или способ организации человеческих отношений, для обозначения совокупности отношений между людьми» [7, с. 22]. В этом контексте наиболее широкое определение социальной журналистике дает М. А. Бережная: «...это все публикации социальной тематики, которые создают определенный информационный фон, способствующий улучшению социальной ситуации или усугубляющий ее» [3, с. 8-9].

Однако если говорить о социальной журналистике как о регуляторе, то отрицательный результат исследования проблемы, усугубление ситуации недопустимы. И здесь уместно упомянуть понятие социожурналистики, введенное С. Г. Корконосенко. Она ориентирована на углубленное проникновение в социальную сущность явлений и процессов. «Это уровень квалификации сотрудников СМИ, который характеризуется высокой социологической культурой мышления, поиска, сбора, интерпретации информации, а также социальной ответственностью за последствия своей деятельности» [9, с. 65]. О значении результата выступления СМИ пишет и И. М. Дзялошинский. В его определении социальная журналистика «отличается от всех других "журналистик" тем, что не просто отображает действительность, информируя аудиторию о происходящих событиях и давая возможность обменяться мнениями по различным поводам, но и особым образом участвует в регулировании отношений между людьми и социальными общностями, стремясь позитивно повлиять как на сами эти отношения, так и на социальные структуры, управляющие различными сферами общественной жизни» [5, с. 16]. То есть можно говорить о том, что положительное влияние на действительность, разрешение конфликтов является одной из целей и фундаментальных качеств социальной журналистики в целом: не просто обнаружение проблемы, но и максимально эффективное ее решение.

Также в понятие социальной журналистики включают и такое явление, как «социальный ракурс». Это прием, который позволяет, во-первых, привлечь внимание аудитории к социальным проблемам, активизировать гражданскую позицию людей, во-вторых, рассмотреть социальные аспекты политических, экономических, культурных проблем. «Социальность как ракурс — это угол зрения на любую проблему "от маленького человека"... По сути дела, социальной может стать любая тема, поданная с точки зрения "простого" человека» [3, с. 18]. Т.И.Фролова определяет специфику этого вида творчества как «пространство человека, причем человека обычного, выхваченного из толпы объективом камеры или каким-то событием» [8, с. 4].

Таким образом, можно сказать, что социальная журналистика — это журналистика сферы социальных отношений, которая оказывает непосредственное влияние на жизнь общества, требует в работе высокой социальной ответственности и ставит своей конечной целью содействие положительным изменениям в социуме.

Иногда в исследованиях ставят знак равенства между социальной журналистикой и гражданской. Однако это, скорее, две пересекающиеся области, равные по своей значимости. Один из отцов-основателей термина «гражданская журналистика» Дженни Бакнер, редактор «Шарлотт Обзервер», отмечал, что задачи последней — в предоставлении всей необходимой информации для того, чтобы быть гражданином, т. е. делать свой выбор, в то время как социальная журналистика должна в большей степени побуждать к действию, предлагать варианты решения вопроса. Т. И. Фролова различает социальное и гражданское в творчестве следующим образом: гражданская журналистика дает представление «о целевой функции, о ценностях, о социальной и гражданской ответственности прессы и осознании ее долга перед обществом; вероятно, она может выходить и за пределы собственно социальной проблематики» [13, с. 6]. Но нужно отметить, что и социальная журналистика может включать в себя вопросы гражданского воспитания: внимание к конкретным проблемам и героям может побудить аудиторию к действиям и активному выражению своей гражданской позиции.

Социальная журналистика обладает функциональной спецификой, поскольку ориентируется не просто на информирование и выражение общественного мнения, а на непосредственное участие в реальной жизни. Понятно, что ориентация на прагматический эффект модифицирует и творческий процесс, влияя на выбор темы, сбор фактического материала, структурирование текста и подбор выразительных средств. Помимо традиционных для журналистики достоверности, актуальности, оперативности, объективности и доступности социальная информация должна отвечать некоторым специфическим требованиям. Так, например, важна

привлекательность подобных сведений, чтобы индивид мог выделить материал из всего потока доступной ему информации. Некоторый пафос и стилистическая сухость, которые зачастую присущи материалам на социальную тему, лишают аудиторию интереса к информации. В то же время излишняя развлекательность мешает понять сложность проблемы. Средства массовой информации влияют на индивидуальное сознание и через него на общественное мнение не открыто, а, скорее, поступательно — журналистский материал указывает не на то, как следует думать, а на то, о чем следует задуматься. «Влияние СМИ идет не через отдельные сообщения, но через кумулятивный эффект, еще усиливающийся, поскольку СМИ доминируют в информационном пространстве» [4, с. 155].

В работах И. М. Дзялошинского описываются три профессиональных подхода к подаче социальной информации. Первый вариант работы журналиста с событием связан с идеей влияния на общественное мнение, т. е. автор определяет себя как более осведомленного и опытного человека, размещая тем самым себя над аудиторией. Второй подход связан с концепцией «человеческой интересности», когда журналист передает некие факты и впечатления, оставаясь в стороне от события. И третий вариант предполагает большую включенность автора в происходящее, когда он отстаивает интересы своей аудиторией. Этот подход называют соратничеством, и он связан с теорией «малых дел» [5]. Однако есть опасность для журналиста подменить собой социальные службы. Поэтому необходимо помнить об одной из основных функций массме-диа — «синхронизировать информационную картину бытия больших групп населения, обеспечивая более или менее одинаковое понимание происходящих событий и возможность принятия эффективных решений в нестандартных ситуациях» [3, с. 37]. Представляется, что на практике журналистам приходится ежедневно выбирать, какой конкретно подход, метод работы будет более эффективен и уместен в конкретной ситуации.

Необходимо отметить, что в настоящее время культура работы с информацией в социальной сфере находится в процессе становления. Существовавшая школа журналистики в 1990-е годы претерпела значительные изменения в связи с резким обострением социальных проблем. С одной стороны, необходимо было внимание СМИ к росту цен, невыплате зарплат и пенсий, росту бездомности, детской беспризорности, наркомании. С другой — социальная проблематика становилась все менее популярной среди журналистов, отходила в тень, так как требовала для качественного анализа ситуации времени, специфических знаний и эмоционального участия. Определение «социалка», которое употребляется в редакционных кулуарах по отношению к этой сфере, отражает отношение журналистов. Понятно, что так вряд ли стали бы отзываться о престижной в профессиональном сообществе тематике.

В 2005 г. автор провела исследование трех основных существовавших на тот момент программ новостей на петербургском телевидении. Были проанализированы материалы, затрагивающие социальную проблематику в программах «Вести — Санкт-Петербург» (телеканал «Россия»), «Сегодня — Санкт-Петербург» (телеканал «НТВ») и «Сейчас» («Пятый канал»). Работа журналистов рассматривалась по следующим параметрам: по тематике (как картина, которая складывается в новостях, соотносится с реальной ситуацией в городе), по информационным поводам выступлений (какой подход к отбору новостей преобладает), по корреспондентам (существует ли социальная специализация среди современных журналистов).

Итоги исследования отразили большинство противоречий в сфере социальной журналистики, которые существуют сегодня. И наблюдение за работой телередакций показывает, что пока что журналисты-практики не готовы разрешить их в полном объеме.

Одна из основных проблем — мозаичность отражения социальной жизни. Как видно из таблицы, тематическое разнообразие выступлений журналистов очень обширно. Список охватывает почти три десятка социальных проблем, значит, формально можно сказать, что редакции стремятся отразить все стороны жизни.

Но чтобы проверить, насколько реалистично отражает информационная картина чаяния и устремления жителей Петербурга, сравним результаты исследования с данными социологических опросов. Согласно последним, горожане выделяют следующие основные городские проблемы

Очевидно, что журналистское видение не совпадает с тем, как высказываются сами петербуржцы. Состояние здравоохранения, которое по версии СМИ оказалось ведущей проблемой, в реальности отходит на третий план.

Такое тематическое распределение — следствие еще одного противоречия в сфере социальной журналистики. Зачастую редакции грешат формальным подходом к выбору тем. Чаще всего поводом для журналистского выступления становятся заседания и

конференции (в 382 случаях), старт или открытие какого-либо проекта (в 223 случаях) и различного рода акции (в 211 случаях).

Журналисты оказываются между молотом профессиональных запросов и наковальней социальных потребностей. С одной стороны, для появления информации в эфире необходим новостной повод, с другой — есть множество проблем, которые существуют если не скрыто, то привычно для большей части социума, не вызывая никаких привлекающих журналистов реакций у общества или каких-либо институтов. Как это определил Г. Блумер, «социальная проблема существует, прежде всего, с той точки зрения, как она определяется и воспринимается в обществе» [10, с. 18]. Естественно, социальным проблемам, чтобы их воспринимали таковыми, приходится «бороться» за общественное внимание, так как оно обладает ограниченным ресурсом и в большой степени зависит от публичных арен — властных институтов, средств массовой информации, культурных и религиозных учреждений, профессиональных объединений, групп социального действия. Больше возможностей привлечь внимание к социальным проблемам имеют официальные структуры и лидеры мнений.

По концепции С. Хилгартнера и Ч. Л. Боска, появление того или иного вопроса в общественном дискурсе зависит от его соответствия наличию времени, финансов, карьерного интереса и других возможностей и потребностей публичных арен. «Ограниченность как основного публичного пространства, так и индивидуального внимания способствует лаконичности сообщений. . . Простые, имеющие драматичный вид формулировки проблем имеют больше шансов выдержать конкуренцию. Шаблонные объяснения, основанные на широко распространенных, стилизованных "политических мифах", вероятно, одержат победу над сложным и тонким анализом» [14, с. 30]. Причем упадок интереса не всегда означает улучшение ситуации.

Характерным примером такой избирательности является распространение так называемых информационных волн. В качестве отправной точки может служить новость общемирового или общенационального масштаба, событие в соседнем регионе, информационная находка конкурентов или просто определенное количество сходных случаев за короткий промежуток времени. «Шансы какого-либо события или инцидента получить освещение повышаются в том случае, если они связаны с одной из текущих информационных тем» [12, с. 94]. В проведенном исследовании новостей Петербурга это отчетливо прослеживается на примере темы 60-летия Победы в Великой Отечественной войне. С января по май 2005 г. блокадники и ветераны упоминались практически в каждом выпуске ежедневно. Материалы журналистов затрагивали широкий круг вопросов: жилищные условия, здравоохранение для ветеранов, восстановление забытых имен, поздравления. Однако после завершения торжеств количество материалов на эту тему практически свелось к нулю.

Сейчас в редакциях тяготеют к выбору определенной группы корреспондентов, которые были бы ответственны за ту или иную тематику. В сфере социальной проблематики такая

дифференциация идет гораздо медленнее, чем, например, в экономике или культуре, хотя работа с такой информацией требует не меньшей подготовки. Скорее всего, дело во всеобъемлющем характере социальной темы. Исследователь Р. Г. Иванян изучила мотивы, которые побуждают журналистов заниматься социальной тематикой. Среди влияющих факторов знание этой сферы и реальный интерес к ней оказались далеко не на первом месте. «Для большинства опрошенных социальная проблематика стала первой в журналистской карьере. На основе этого факта мы можем сделать выводы о постоянной нехватке сотрудников, специализирующихся на освещении вопросов социальной политики, и отсутствии острой, строгой обязатель-

ной необходимости обладать какими-либо дополнительными знаниями» [6, с. 37]. Зачастую информацию о функционировании социальной системы, о ее правовом обеспечении корреспонденты получают во время непосредственной работы с конкретным заданием. Для журналиста, работающего в социальной сфере, важно отношение к проблеме, которую он изучает, и к героям материалов. Как правило, журналистами социальной специализации становятся те, кто стремится дотошно разобраться в предмете, готов общаться с аудиторией. Сложность заключается еще и в том, что если у политического и экономического корреспондента источники и получатели информации все-таки являются относительно самостоятельными друг от друга, то для специалиста социальной тематики аудитория является и поставщиком информации, и ее потребителем.

По стилю работы с информацией журналистов, освещающих социальную проблематику, можно разделить на три условные группы:

1. Журналисты, придерживающиеся принципов «западного журнализма». Они отдают приоритет информированию общества о существовании социальных проблем и способах их разрешения и выступают за действенность, но исключительно в рамках возможностей самой журналистики, возражая против подмены социальных служб, то есть их цель — социальный контроль.

2. «Социальный работник». Такие журналисты ставят на первое место функцию оказания помощи конкретному лицу, делая акцент на максимально возможной адресности и конкретности.

3. «Общественный защитник». Эта идеология призывает работников СМИ к решению социальных проблем на уровне общества, формированию гражданского самосознания и социальной ответственности [6, с. 37-47].

Предпочтение среди аудитории отдается наиболее прагматичным первым двум идеологиям, которые обладают максимальной практической полезностью и применимостью. Для журналистов же выбор той или иной стратегии обусловливается целым рядом факторов, к которым относятся также редакционная политика и собственные нравственные принципы и отношение к теме.

Эффективность деятельности СМИ может быть изучена и оценена только в сопоставлении с целями, которые ставит общество перед этими средствами. Осуществление этой задачи неразрывно связано с более точным учетом потребностей людей, их возросших социальных, духовных и политических запросов. И важно знать, каким образом удовлетворение (или неудовлетворение) определенных информационных потребностей может повлиять на характер и эффективность повседневной деятельности людей, на их активность в различных сферах общественной жизни. В сборнике «Телевидение и Радио России: ожидания и предпочтения» приводятся данные: 13,5% опрошенных в центральных регионах России говорят о нехватке информационных передач [11], хотя сегодня каждый телеканал имеет свою службу новостей. Соответственно, встает вопрос о качестве материала и его подаче. Имея широкие возможности для доступа к информации, СМИ создают ореол элитарности вокруг своей

работы. С. Г. Корконосен-ко охарактеризовал такое пренебрежение прессы своими обязанностями по адекватному отражению действительности как синдром асоциальности средств массовой информации.

Таким образом, анализ практической деятельности журналистов в сфере социальной проблематики позволил выявить следующие проблемы:

1. Мозаичность отражения информационной картины мира.

2. Формальный подход к выбору тем.

3. Отсутствие специальной подготовки у журналистов, работающих в социальной проблематике.

4. Противоречия между журналистским видением мира и запросами общества.

5. Асоциальность современной журналистики в целом.

Для качественной работы журналиста в сфере социальных проблем необходима прежде всего высокая нравственная и профессиональная культура. «К сожалению, пока в собственной практической деятельности журналисты слабо осознают, что их критические выступления могут негативно повлиять на кризисную ситуацию, усугубить депрессивные и панические настроения среди населения страны» [2, с. 116]. Также для развития социальной журналистики необходимо критически пересмотреть общередакционные подходы к работе с подобной информацией с тем, чтобы выступления СМИ действительно были эффективны с точки зрения развития общества. Но еще важнее изменить отношение к социальной проблематике внутри самих редакций. Только лишившись наименования «социалка» вопросы жизни общества могут претендовать на равное с политикой и экономикой внимание.

1. Учебная дисциплина ЖУРНАЛИСТИКА И НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ
2. Тема лекционного занятия.
РАЗДЕЛ 2. ТЕХНОЛОГИИ РАБОТЫ В СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ. ЖУРНАЛИСТИКА КАК ЭЛЕМЕНТ СОЦИАЛЬНОЙ ПОМОЩИ
Тема 2.2. Специфика освещения социальной проблематики в современных средствах массовой информации
3. Цели занятия

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний коммуникационных эффектов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Принципы отбора социальных проблем в СМИ. Специфика современного социального дискурса: состояние социальной сферы, основные тенденции социальной политики, направления интереса СМИ в освещении событий, явлений, проблем социальной сферы. Социальные группы с рисками, освещение их проблем в СМИ	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. РАЗДЕЛ 2. ТЕХНОЛОГИИ РАБОТЫ В СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ. ЖУРНАЛИСТИКА КАК ЭЛЕМЕНТ СОЦИАЛЬНОЙ ПОМОЩИ
Тема 2.2. Специфика освещения социальной проблематики в современных средствах массовой информации
Текст лекции

Особенности освещения социальных проблем российского общества различными типами сми

Выделение социальной журналистики в качестве отдельной типологии осложнено не столько малой распространенностью этого вида текстов, сколько социальной природой средств массовой информации. Служение общественным интересам — имманентное условие, главная составляющая качественной журналистики. Социально ориентированными являются многие тексты неспециализированных общественно-политических изданий, что не позволяет трактовать типологию социальной журналистики только в качестве средства выражения интересов НКО. Такой подход представляется необоснованно суженным, непродуктивным.

Социальную журналистику целесообразно типологизировать по предметно-содержательному и функциональному признакам. Особая интенция текстов предопределяет приоритетные творческие методы, приемы и формы журналистской деятельности, открыто служащей цели отражения болевых сигналов

действительности. Сегодня социальная журналистика развивается в двух направлениях:

1) информируя, организовывая отдельные акции и помощь в конкретных ситуациях, будь-то участие в судьбе социально беззащитного, обездоленного человека, или «полезная» для общественных организаций информация о проектной деятельности;

2) пытаясь смягчить общественные настроения, установки и нравы посредством привнесения идей милосердия, сострадания.

Массив социально акцентированных изданий и текстов расширяется за счет СМИ, осваивающих смежные темы и также публично, как и социальные, претендующих на коррекцию действительности: экологических, молодежных, адресованных ветеранам, пенсионерам и т. п.

Приоритетными темами являются:

— **опыт работы «третьего сектора»**: формы самоорганизации граждан для решения своих проблем, механизмы взаимодействия НКО с властью и бизнесом в социальной сфере, потенциал общественных организаций в разных сферах социальной жизни: ресурсные центры, благотворительные акции, добровольческая помощь, консультативная помощь, телефон доверия, справочно-информационная система и т.д.;

— **проблемы незащищенных слоев населения**: безработные, мигранты, неполные семьи, вопросы социального сиротства, отношение к престарелым гражданам, создание безбарьерной среды для людей с ограниченными возможностями, адаптации и социализации детей с ограниченными возможностями;

Этот блок тем наиболее востребован в различных типах СМИ.

— **социально-трудовые отношения и экономическая политика**: социальная защита населения, социальное обеспечение и социальное страхование, доходы и уровень жизни населения, развитие рынка труда, охрана труда и экологическая безопасность;

— **проблемы молодежи**: алкоголизм, наркомания, СПИД, криминализация общества и подростковая преступность, доступности и качества образования деятельность детских учреждений (школы, семейные детские дома, пансионаты, сиротские приюты и др.);

— **экологическая и природоохранная деятельности**: формы и опыт деятельности общественных экологических организаций, экологические проблемы регионов и экологическая экспертиза, экологическое образование и др.;

— **пропаганда здорового образа жизни**: популяризация массового спорта и физкультурного движения, роль спорта в воспитании, "социальные" болезни и их профилактика, физическое и психическое здоровье, информация о нетрадиционных методиках лечения: арт-терапия, музыкальная терапия и др.;

— **темы нравственного воспитания и экологии личности**: принципы гражданского общества, толерантности, семейные и нравственные ценности, межэтнические,

межконфессиональные проблемы, спонсорская помощь, опыт благотворительных фондов, традиции меценатства.

Социальную тематику освещают:

— общественно-политические СМИ (как способ рекламы социальной политики государства — официальные и проправительственные СМИ; как способ дискредитации действий власти — оппозиционные СМИ);

— деловые СМИ (экономический аспект социальных проблем, например, социально-трудовые отношения и экономическая политика государства);

— просветительские СМИ (психологические проблемы личности, а также вопросы существования современного общества, касающиеся нравственных ценностей, толерантности и т.д.)

— СМИ общественных объединений (см. далее);

— экологические СМИ и др.

Современная социальная сфера России — это сложная, динамично развивающаяся система отношений, претерпевшая значительные изменения за последние два десятилетия. Кардинальные преобразования, ряд которых не завершился и к настоящему моменту, начали происходить в социальной сфере одновременно с ломкой экономического, общественно-политического строя. При этом последствия развала системы социальной защиты населения ощутил на себе буквально каждый житель России. Стал зримым масштаб инвалидизации общества, на улицах появились бомжи и беспризорные, потоком хлынула информация о наркомании, ВИЧ/СПИДе, бастовали шахтеры и учителя. Само понятие социального стало восприниматься как нечто кризисное, ущербное. «Социалка» — это невыплаченные зарплаты и пенсии, безработица, поликлиники без оборудования, школы без учителей, - такую картину рисовали СМИ начала 90-х XX века.

Кроме того, наступил настоящий кризис ценностей, когда младшее поколение не хотело более признавать авторитет старших, потому что в новых экономических, социальных условиях их знания и жизненный опыт терпели крах. Исчезли четкие ценностные ориентиры. Переживали кризис все сферы социальной деятельности — образование, здравоохранение, организация труда.

Старая схема распределения социальных благ полностью исчерпала себя, поэтому возникла необходимость реформировать систему социального взаимодействия и налаживать рациональные механизмы решения социальных проблем. В начале 90-х годов на российском социальном поле появляется новый субъект — бизнес. Кроме **государства** — «регулировщика» отношений между секторами общества, определилась роль **бизнеса**, вкладывающего в социальную сферу материальные и организационные ресурсы, появились группы граждан, **общественные объединения**, сориентированные на решение насущных социальных проблем.

Самостоятельными субъектами социальной активности общественные организации стали лишь после того, как государство фактически отказалось от ряда социальных обязательств, на выполнение которых не имело средств и ресурсов. Хотя, общественные организации, безусловно, существовали и в советские времена. Были,

например, организации садоводов, были клубы студенческой песни и другие неформальные объединения граждан. Пионерская и комсомольская организации тоже, по идее, общественные.

Сегодня именно общественные организации начали работать с семьями детей-инвалидов, уговаривая не отказываться от больного ребенка, поскольку лучше, чем в семье, ему не будет ни в одном интернате. При этом семьям, столкнувшимся с этой проблемой, помогают создать оптимальные условия для больного малыша, развить в ребенке те навыки, которые помогут ему адаптироваться к жизни и которые он, скорее всего, не получил бы в учреждениях государственной системы соцзащиты. Этот пример позволяет убедиться, что самодеятельные организации граждан обычно занимают экономически невыгодную нишу.

Численность организаций третьего сектора в России оценивается в диапазоне от 300 тыс. до 1 млн. организаций. Приблизительные подсчеты показывают, что услугами общественных организаций ежегодно пользуются около 20 млн. россиян. Эти услуги оцениваются на суммы, достаточно заметные рядом с национальным бюджетом России. Таким образом, лишь за последние 10-15 лет достигнуты заметные эффекты деятельности третьего сектора.

Правовую базу для работы третьего сектора в РФ на сегодня составляют три федеральных закона: «Об общественных объединениях», «О некоммерческих организациях», «О благотворительных организациях». Эти ключевые документы третий сектор получил к концу 1995 года.

По ходу развития сектора общественных инициатив обозначились предпосылки для выделения ***двух основных типов общественных организаций***:

1) организации взаимопомощи, которые созданы для того, чтобы помогать своим членам, (товарищества собственников жилья, объединения обманутых вкладчиков и т.д.),

2) благотворительные организации, сориентированные на решение проблем социальных групп (сирот, инвалидов, бездомных, алкоголиков, престарелых, многодетных, безработных и т.д.) или "отраслевые", общественно значимые проблемы (защита окружающей среды, охрана памятников культуры и т.д.).

При этом любая некоммерческая организация, за исключением политической партии, может называться благотворительной, для этого необходимо только, чтобы она работала на благо общества.

Около 30 организационно-правовых форм для образования юридического лица в третьем секторе предусмотрено в существующем законодательстве: некоммерческие партнерства, автономные некоммерческие организации, ассоциации, союзы, фонды, общественные движения, религиозные организации и т.д. и т.п. Помимо многообразия организационно-правовых форм, осложняет восприятие общей картины третьего сектора отсутствие терминологической, понятийной четкости. Так, общественное объединение и некоммерческая организация - это понятия разного уровня, и второе включает в себя первое. Регистрируя юридическое лицо, НКО просто выбирают ту организационно-правовую форму, в которой им удобнее работать.

Например, по данным CAF-Россия, в Российской Федерации зарегистрировано 35 тыс. благотворительных фондов. Из них, как отмечают специалисты, классическим определениям благотворительного фонда, применяемым на Западе, соответствуют не более двух десятков. Большинство остальных «благотворительных фондов» — это общественные организации или благотворительные учреждения, которые предпочли зарегистрироваться как благотворительные фонды, потому что так им удобнее решать свои задачи.

Социальное партнерство, межсекторальное взаимодействие подразумевает создание и развитие форм сотрудничества общественных организаций с государством и бизнесом, что должно обеспечивать объединение ресурсов, имеющихся в каждом из секторов: добровольческих ресурсов общественных организаций, финансов и технологий, которыми владеет бизнес, и рычагов правового регулирования, формулируемых государством.

К настоящему моменту кризисные явления в социальной сфере полностью не устранены. До сих пор не сформулирована законодательная база, не апробированы механизмы ее реализации по ряду ключевых проблем. Кроме того, не исчерпан кризис в духовной сфере, что отягощает социальные проблемы общества и отдельных групп граждан.

Но при этом можно утверждать, что установилось четкое деление общества на сектора, участие каждого из которых преобразило социальную политику России. Речь идет о государстве — исторически первом секторе, бизнесе — втором, и гражданских общественных объединениях — третьем. При этом подходы к решению социальных проблем, привнесенные различными секторами, а также взаимодействие между ними вызвали к жизни новые механизмы: проектный поход, социальное партнерство, межсекторальное взаимодействие.

Однако все произошедшие изменения не находят пока адекватного отражения в средствах массовой информации. Полноценная журналистская работа, предусматривающая сопоставление и анализ фактов и мнений, собранных из разных источников, на социальном материале проделывается сейчас крайне редко. Прежде всего, это связано с тем, что журналисты не используют весь спектр источников социальной информации — как новостной, так и экспертной. До сих пор большая часть социальной информации, которая публикуется в российских СМИ, берется лишь в государственных структурах. Общественные объединения граждан, бизнес-структуры обделены вниманием корреспондентов, и из-за этого в российской журналистике образуются провалы — выпадают не только отдельные факты, но и целые темы. Новые технологии, внедряемые отдельными организациями или целыми секторами общества, новая система отношений пока не рассматриваются журналистами в том объеме, какого заслуживают, да и сами подходы к раскрытию этих тем выглядят устаревшими на фоне предмета освещения.

.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина ЖУРНАЛИСТИКА И НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ
2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. ПОНЯТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ. НКО И СМИ

Тема 1.1. Социальная журналистика: определение понятия

Тема 1.2. НКО как субъект социальной журналистики

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний этапов проектирования коммуникативных компаний.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Социальная журналистика в различных ее интерпретациях. Альтернативные определения: гражданская, общественная, журналистика соучастия	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Три сектора общественной деятельности. Определение понятия «некоммерческая организация». НКО в системе социальной журналистики. Взаимодействия НКО и СМИ	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Этические нормы социальной журналистики. Как писать о социальных группах с повышенными рисками, о благотворительности и правозащитной деятельности.
2. Основные ошибки журналистов. Нормы поведения журналиста: отношения с героем, отношения с властями.
3. Философские, социологические, психологические, физиологически, и антропологические основы социальной взаимопомощи.
4. Теории альтруизма. Социальная функция взаимопомощи.
5. Теория игр в социальной журналистике.
6. Психологические аспекты взаимодействии с социально угрожаемыми группами.
7. Безопасность работы журналиста.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия: **Самопрезентация как форма управления впечатлением**

Форма практического задания: проект, презентация и дискуссия по итогу проекта

Темы проекта:

Сравнительный анализ тем социальной журналистики.

Анализ работы одного СМИ: социальная тематика

Студенту необходимо подготовить презентацию и различные материалы СМИ на социальную тему.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля –Проблемно-аналитическое задание

Проблемно-аналитическое задание:

1.Сделайте карту современных российских благотворительных фондов.

Классифицируйте их, предложив свою систему координат.

Найдите публикации, которые рассказывают о работе этих фондов.

2 Комплексное проблемно-аналитическое задание

Познакомьтесь с книгой Дэна Пэллота «Неблаготворительность». Посмотрите его лекцию в рамках просветительского проекта TED, посвященную проблеме НКО.

Также прочитайте колонку главреда ресурса «Милосердие» Юлии Даниловой «Миска икры и филантроп: в чем ошибка Дэна Пэллотта». («Милосердие», 2.12.2017).

- каковы основыне идеи Пэллотта?
- почему эти идеи уязвимы, с чем вступает в полемику Ю. Данилова?

-найдите пост главы фонда «Нужна помощь» Мити Алешковского, посвященный этой книге, прочитайте его и комментарии к нему.

- какой подход ближе вам? Почему?

1 Прочитайте материал журналиста Н. Костарновой «Токсичная благотворительность.» (Правмир, 25.12.2018).

-Проанализируйте сколько историй героев представлено в тексте, насколько корректно они поданы.

-Объясните понятие «токсичная благотворительность» и его опасность для развития благотворительности в России.

2 Прочитайте материал «Прогулки с Раснером» (Правмир, Н. Костарнова, 10.10.2018).

-какие проблемы поднимает журналист в материале?

- какой образ героя создает журналист, и какими средствами?

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет

слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина ЖУРНАЛИСТИКА И НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ
2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. ТЕХНОЛОГИИ РАБОТЫ В СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ. ЖУРНАЛИСТИКА КАК ЭЛЕМЕНТ СОЦИАЛЬНОЙ ПОМОЩИ

Тема 2.1. Социальная проблематика в современных средствах массовой информации

Тема 2.2. Внутренние корпоративные коммуникации

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью, работой с целевой аудиторией и формально-содержательные характеристики.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Социальная тематика в новых медиа. Специализированные и неспециализированные СМИ, функциональное разнообразие.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Принципы отбора социальных проблем в СМИ. Специфика современного социального дискурса: состояние социальной сферы, основные тенденции социальной политики, направления интереса СМИ в освещении событий, явлений, проблем социальной сферы. Социальные группы с рисками, освещение их проблем в СМИ	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Этические нормы социальной журналистики. Как писать о социальных группах с повышенными рисками, о благотворительности и правозащитной деятельности.
2. Основные ошибки журналистов. Нормы поведения журналиста: отношения с героем, отношения с властями.
3. Философские, социологические, психологические, физиологически, и антропологические основы социальной взаимопомощи.
4. Теории альтруизма. Социальная функция взаимопомощи.
5. Теория игр в социальной журналистике.
6. Психологические аспекты взаимодействии с социально угрожаемыми группами.
7. Безопасность работы журналиста.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия: **Публичное выступление как разновидность самопрезентации**

Форма практического задания: проект, дискуссия по выполненному проекту,

Задание на проект:

1. анализ социальных проектов СМИ

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – Проблемно-аналитическое задание, контрольная работа

Проблемно-аналитическое задание:

1 Посмотрите фильмы Елены Погребижской «Доктор Лиза» и Тофика Шахвердиева «Мой друг доктор Лиза», посвященных врачу и основателю Фонда Елизавете Глинке.

- как разными методами создается портрет одного и того же человека?
- как поднимается в фильмах проблема помощи бездомным, функционирования Фонда?
- возникает ли у зрителя чувство сопричастности ?

-удалось ли режиссерам расширить рамки представлений о бездомных?

2 Прочитайте книгу Д. Соколова-Митрича «Нечеченские мальчики. Нетаджикские девочки».

- как подниматеся проблема мигрантов?
- как журналист разворачивает перед нами панораму указанной проблемы, какими журналистскими методами?

Контрольная работа:

1.Целии задачи социальной журналистики.
2.Предмет социальной журналистики.
3.Сбор информации в социальной журналистике.
4.Основные социальные проблемы как темы социальной журналистики.
5.Методы осмысления эмпирических данных
в социальной журналистике.
6.Три сектора общественной деятельности. Пресса «третьего» сектора.
7.Социальное проектирование и его освещение в СМИ.
8.Социальная акция и социальная ответственность.
9 Специфика освещения социальной проблематики в современных СМИ разных стран.
10.Журналист и источники информации.
11.Роль автора в социальной
журналистике.
12.Социальная колумнистика. Основные проблемы социальной колумнистики.
13.Работа с героями социальных сюжетов: правила и особенности.
14.Социальная акция: механизмы проведения.
15.СМИ как организаторы социальных акций.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает

в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ. НКО И СМИ
Тема 1.1. Социальная журналистика: определение понятия
Не предусмотрены
Тема 1.2. НКО как субъект социальной журналистики
Не предусмотрены
РАЗДЕЛ 2. ТЕХНОЛОГИИ РАБОТЫ В СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ. ЖУРНАЛИСТИКА КАК ЭЛЕМЕНТ СОЦИАЛЬНОЙ ПОМОЩИ
Тема 2.1. Социальная проблематика в современных средствах массовой информации
Не предусмотрены
Тема 2.2. Специфика освещения социальной проблематики в современных средствах массовой информации
Не предусмотрены

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
ДИЗАЙН СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

Направление подготовки
«42.03.02 Журналистика»

Направленность
Журналистика

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен

для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. СПЕЦИФИКА МЕДИАДИЗАЙНА	
Тема 1.1. Трансформация принципов медидизайна в условиях развития телеиндустрии и Интернета	Трансформация принципов медидизайна в условиях развития телеиндустрии и Интернета (тенденция к визуализации контента как одно из направлений развития текстообразования, разработка системы визуальных «маркеров» как принцип медиадизайна, креализованный текст).
Тема 1.2. Медиадизайн как компонент медиатекста	Медиадизайн как компонент медиатекста; визуальное сопровождение (фотографии, диаграммы, графических средства выразительности); пространственное расположения визуальных компонентов (место публикации в издании, характер ее анонсирования на первой полосе, обложке, включения/невключения в блок анонсов, входящих в титульный комплекс издания); размещение информации на страницах сайта (попадание/непопадание материала на первую страницу и расположение на ней по вертикальной шкале, включение в блок анонсов, количество ссылок на него); в телевизионном и радиоформатах (продолжительность программы, ее близость/удаленность по отношению к прайм-тайму, частотность и характер анонсирования в эфире). Принципы веб-организации медиатекста. Переход качественных изданий на формат А3 и изменение медиатекста.
РАЗДЕЛ 2. СТАНОВЛЕНИЕ МЕДИАДИЗАЙНА	
Тема 2.1. Факторы, влияющие на становление и развитие медиадизайна	Тенденции в развитии изобразительного искусства, техника и технологии создания медиатекста, информационные потребности общества, определяющие типологическую систему СМИ.

Тема 2.2. Этапы становления медиадизайна	Этапы становления медиадизайна (от графики к графическому дизайну 1870—1920-е гг.; авангард и развитие модернизма. 1920—1980-е гг.; постмодернизм и мультимедийность. 1970— н.в.). Дизайн цифровых СМИ (веб-дизайн, дизайн интерфейсов, мультимедиа-дизайн, бродкаст-дизайн, моушн-дизайн, саунд-дизайн, оформление радиоэфира).
РАЗДЕЛ 3. МАКЕТ ИНТЕРНЕТ-ВЕРСИИ СМИ. ИГРОВЫЕ ПРАКТИКИ В МЕДИАДИЗАЙНЕ	
Тема 3.1. Макет и его компоненты. Типы макета в веб-дизайне	Компоненты макета печатного СМИ (характеристики, связные с размерными стереотипами, форматами полосы, количеством колонок, фирменные цвета, проблемные элементы, шрифтовые элементы, изобразительные элементы, декоративные элементы); субстраницы в макетах интернет-изданий, понятие колонки в дизайне интернет-версии. Типы макетов в веб-дизайне (эластичный, функциональный). Логотип и титульный комплекс как компоненты дизайна интернет-версии. Мимикрия как тенденция в дизайне интернет-версий деловых СМИ. Плашки и декоративные элементы в веб-дизайне. Рекламные элементы и фирменный стиль сайта. Фирменные цвета в макете интернет-версии.
Тема 3.2. Игра как стимулирование покупки продукта для поколения Y и Z. Игровые механики. Визуальные особенности развития игровых механик	Игровые практики в СМИ (романы с продолжением в журналах XIX в., плакаты-вставки в XX в., вставки с отрывными материалами (стикеры, наклейки, стикерпаки, чек-листы)). Игровые механики (механика развития: получение дополнительных возможностей; механика достижения: получение отличительных значков; механика привлечения: поощрения за привлечение дополнительных игроков; механики мотивации и соревнования: ограничение по времени выполнения условного задания, постановка цели). Визуальные особенности развития игровых механик (модульная сетка, цвет, шрифт и типографика, иллюстрация, художественная конструкция, материал, формат, использование дополненной реальности).

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных

идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. СПЕЦИФИКА МЕДИАДИЗАЙНА

Тема 1.1. Трансформация принципов медидизайна в условиях развития телеиндустрии и Интернета

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое медиадизайн и каковы его основные цели?
2. В чем разница между медиадизайном и графическим дизайном?
3. Какие основные элементы включает в себя медиадизайн?
4. Каковы основные этапы создания медиадизайна?
5. В каких областях и сферах применяется медиадизайн?
6. Какие технологии и инструменты используются в медиадизайне сегодня?
7. Как учитываются особенности восприятия информации с экрана при создании медиадизайна?

Тема 1.2. Медиадизайн как компонент медиатекста

Вопросы для самоподготовки:

1. В чем заключается важность UX/UI дизайна в контексте медиадизайна?
2. Какие виды анимации и интерактивных элементов используются в медиадизайнах?
3. Как медиадизайн может помочь в улучшении пользовательского опыта и привлечении внимания аудитории?
4. Какие стили и направления в медиадизайне сейчас популярны?
5. Какие факторы влияют на стоимость медиадизайна и как их можно оптимизировать?
6. Как создается адаптивный дизайн для разных устройств и разрешений экранов?
7. Какие есть основные ошибки в медиадизайне и как их избежать?
8. Как происходит взаимодействие дизайнера с командой разработчиков при создании медиапроекта?

РАЗДЕЛ 2. СТАНОВЛЕНИЕ МЕДИАДИЗАЙНА

Тема 2.1. Факторы, влияющие на становление и развитие медиадизайна

Вопросы для самоподготовки:

1. Когда и при каких условиях зародился медиадизайн?
2. Каковы были основные функции и задачи медиадизайна в прошлом?
3. Как развивались технологии и подходы к медиадизайну в разные исторические периоды?
4. Кто были наиболее влиятельные дизайнеры и студии, работавшие в области медиадизайна?
5. Каковы были ключевые события и прорывы в развитии медиадизайна на протяжении XX и XXI веков?

Тема 2.2. Этапы становления медиадизайна

Задания для самоподготовки:

1. Как менялась роль и значение медиадизайна в контексте развития медиа и коммуникационных технологий?
2. Какое влияние оказало на медиадизайн появление интернета и цифровых технологий?
3. Какие новые тенденции и направления возникли в медиадизайне в последние десятилетия?
4. Как изменился подход к созданию и восприятию медиадизайна с развитием социальных сетей и мобильных устройств?
5. Какова роль образования и профессиональных ассоциаций в становлении и развитии медиадизайна?

РАЗДЕЛ 3. МАКЕТ ИНТЕРНЕТ-ВЕРСИИ СМИ. ИГРОВЫЕ ПРАКТИКИ В МЕДИАДИЗАЙНЕ

Тема 3.1. Макет и его компоненты. Типы макета в веб-дизайне

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое макет интернет-версии медиа и какие задачи он решает?
2. Какие основные элементы должен включать в себя макет интернет-версии медиа?
3. Как игровые практики могут быть использованы в медиадизайне макетов интернет-версий медиа?
4. Каким образом можно создать интерактивный контент для макетов интернет-версии медиа, чтобы привлечь и удержать внимание пользователя?
5. В чем преимущества использования игровых элементов в дизайне макетов интернет-версий медиа?

Тема 3.2. Игра как стимулирование покупки продукта для поколения Y и Z. Игровые механики. Визуальные особенности развития игровых механик

Задания для самоподготовки:

1. Какие существуют примеры успешного использования игровых практик в медиадизайне интернет-версий СМИ?
2. Какие технические решения используются для создания игровых элементов в макетах интернет-версий медиа?
3. Влияет ли использование игровых элементов на конверсию посетителей в подписчиков или покупателей товаров и услуг?
4. Какие психологические аспекты необходимо учитывать при внедрении игровых практик в дизайн макетов интернет-СМИ?
5. Каким образом создание игровых элементов может помочь улучшить взаимодействие пользователя с контентом интернет-версии издания?

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. СПЕЦИФИКА МЕДИАДИЗАЙНА

Тема 1.1. Трансформация принципов медидизайна в условиях развития телеиндустрии и Интернета

Не предусмотрено

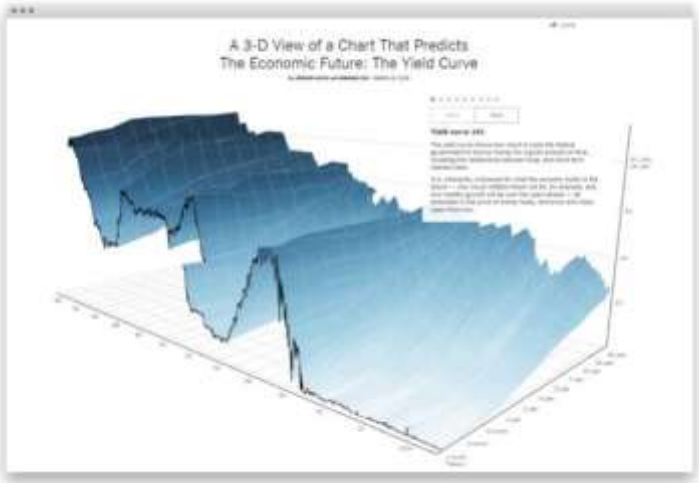
Тема 1.2. Медиадизайн как компонент медиатекста

Иллюстрации:








A 3-D View of a Chart That Predicts
The Economic Future: The Yield Curve


Наглядное Введение
в Теорию Машинного
Обучения


INSIDE DEATH ROW
(INTRODUCTION)
THE LAST PHONE CALL
by PATRICK CHAPPATTE
ANY
QUESTIONS?!!


Queen II
Sheer Heart Attack
QUEEN
SHEER
HEART
ATTACK







РАЗДЕЛ 2. СТАНОВЛЕНИЕ МЕДИАДИЗАЙНА

Тема 2.1. Факторы, влияющие на становление и развитие медиадизайна

Не предусмотрено

Тема 2.2. Этапы становления медиадизайна

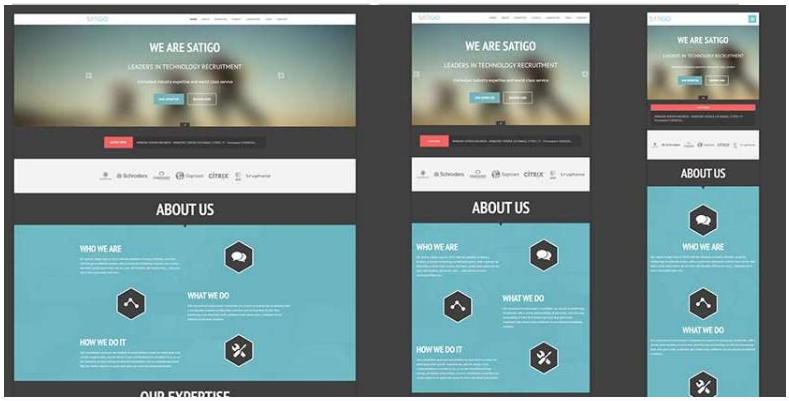
Не предусмотрено

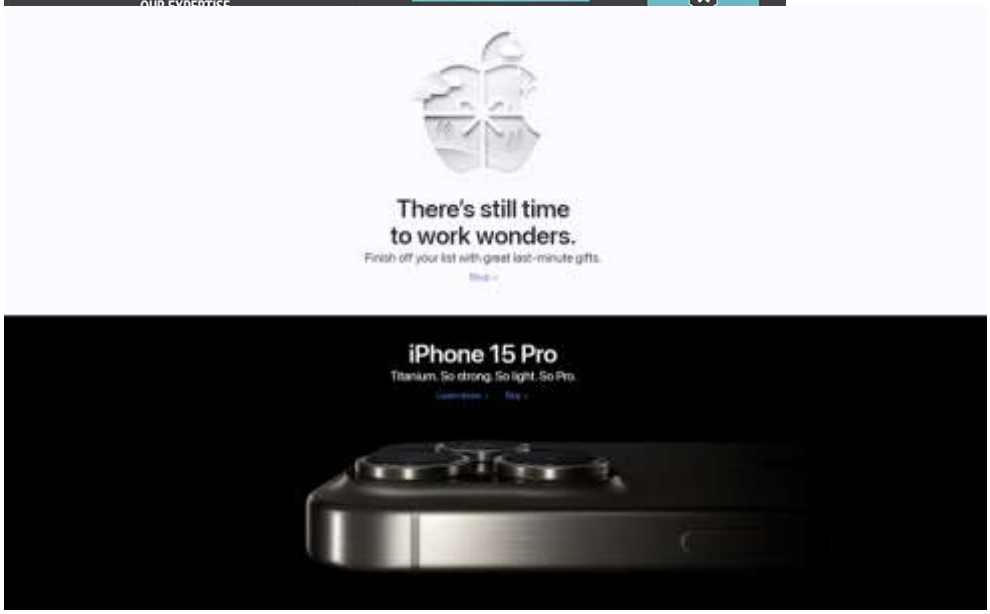
РАЗДЕЛ 3. МАКЕТ ИНТЕРНЕТ-ВЕРСИИ СМИ. ИГРОВЫЕ ПРАКТИКИ В МЕДИАДИЗАЙНЕ

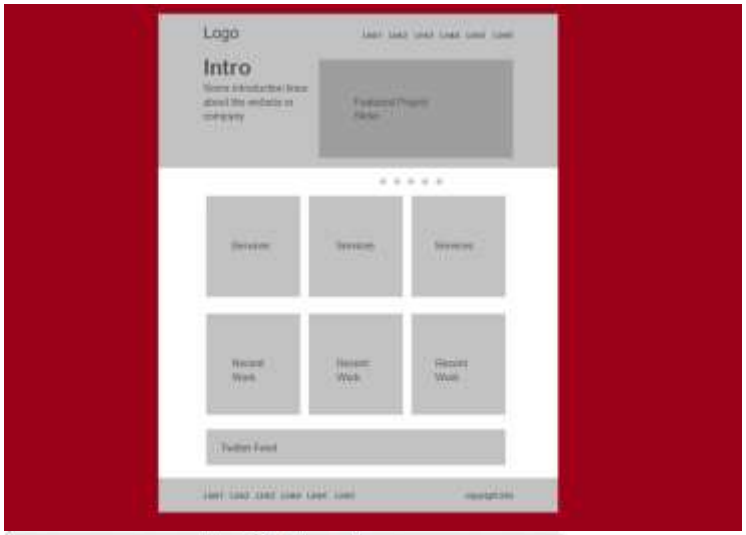
Тема 3.1. Макет и его компоненты. Типы макета в веб-дизайне

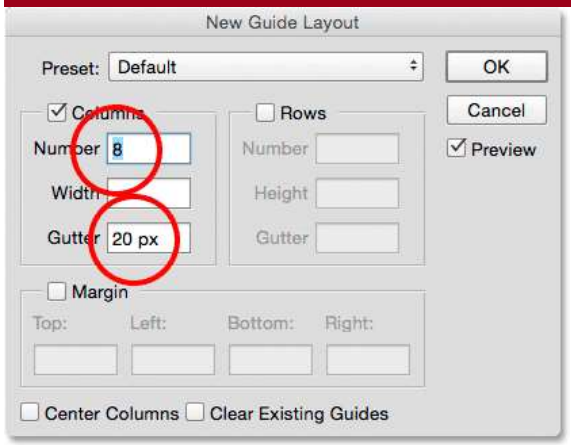
Иллюстрации:

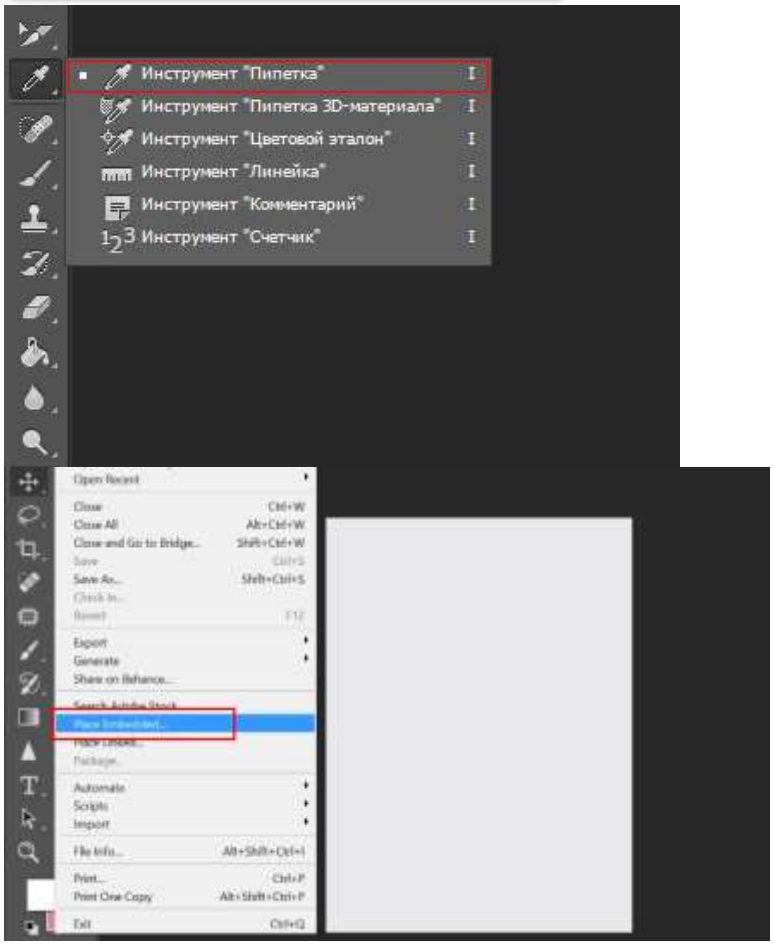

iPad Air
Powerful. Colorful. Wonderful.
Learn more ›
Buy ›


WE ARE SATIGO
LEADERS IN TECHNOLOGY RECRUITMENT
ABOUT US
WHO WE ARE
WHAT WE DO
HOW WE DO IT

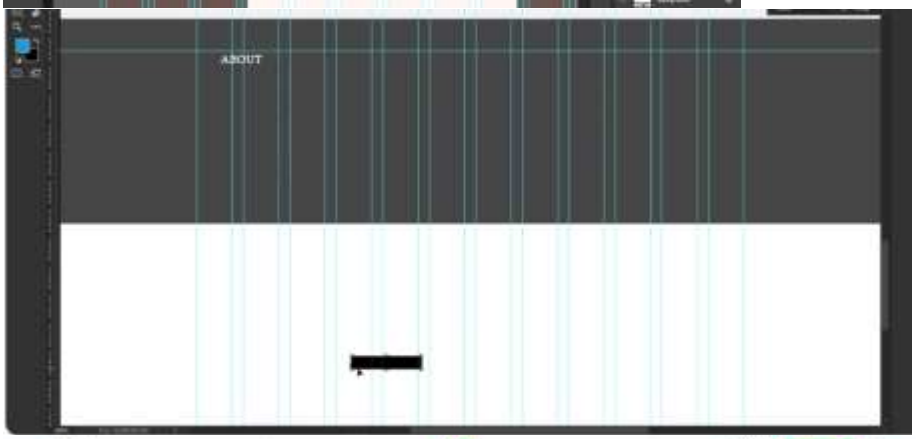

There's still time
to work wonders.
Finish off your list with great last-minute gifts.
iPhone 15 Pro
Titanium. So strong. So light. So Pro.


Logo
Intro

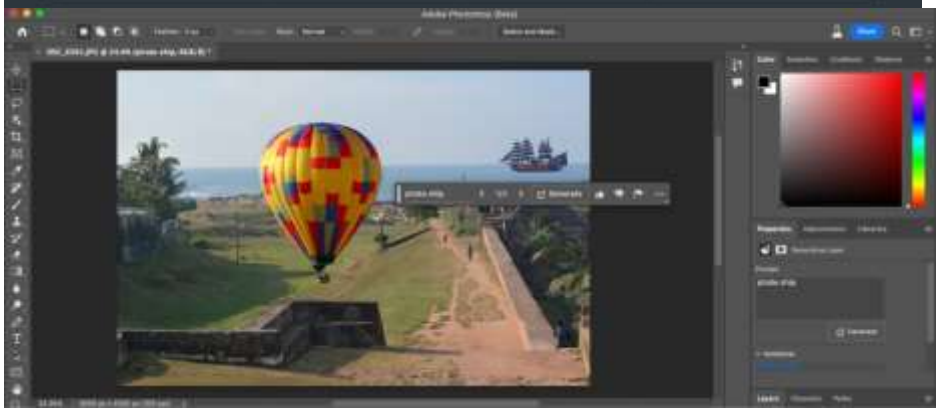

New Guide Layout
Preset: Default
OK
Cancel
Columns
Number 8
Width
Gutter 20 px
Rows
Number
Height
Gutter
Preview
Margin
Top:
Left:
Bottom:
Right:
Center Columns
Clear Existing Guides


Инструмент "Пипетка"
Инструмент "Пипетка 3D-материала"
Инструмент "Цветовой эталон"
Инструмент "Линейка"
Инструмент "Комментарий"
Инструмент "Счетчик"
Open Recent
Close
Close All
Export
Generate
Share on Behance...
Automate
Scripts
Import
File Info...
Print...
Print One Copy
Exit


Dipped
This is Photoshop's version of Lo

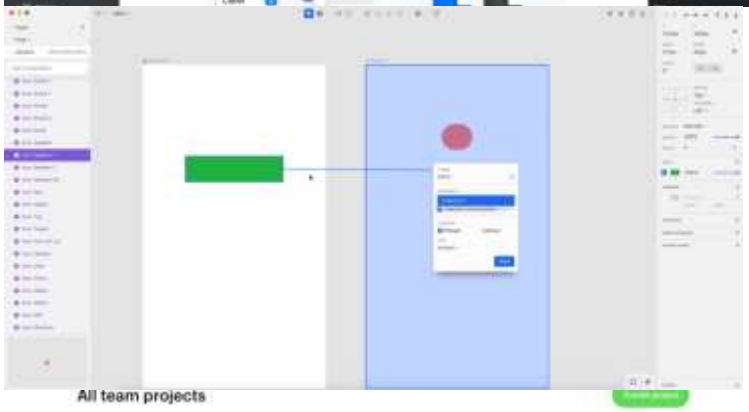

ABOUT

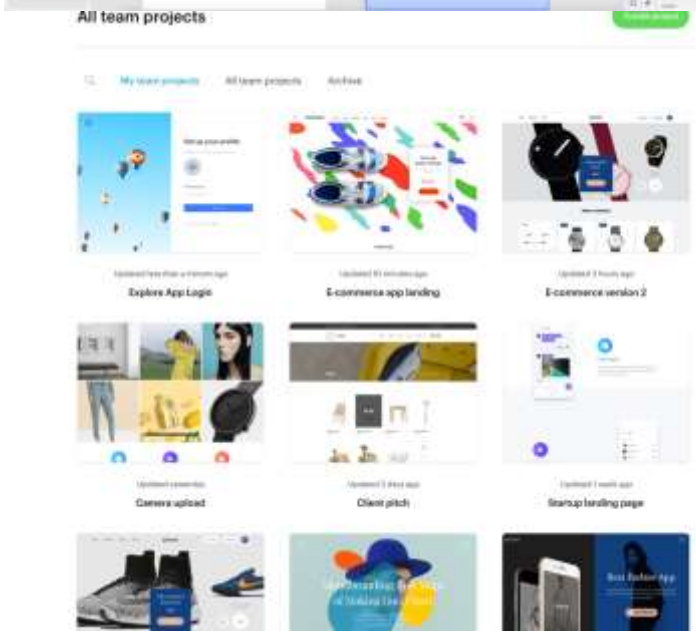

MENU
CODAHEAL
V2
EASE OF USE




Developer
Discover
Filters (4)
Designer
My Playlist
Product Manager


macOS UI Library
Accurate
Options



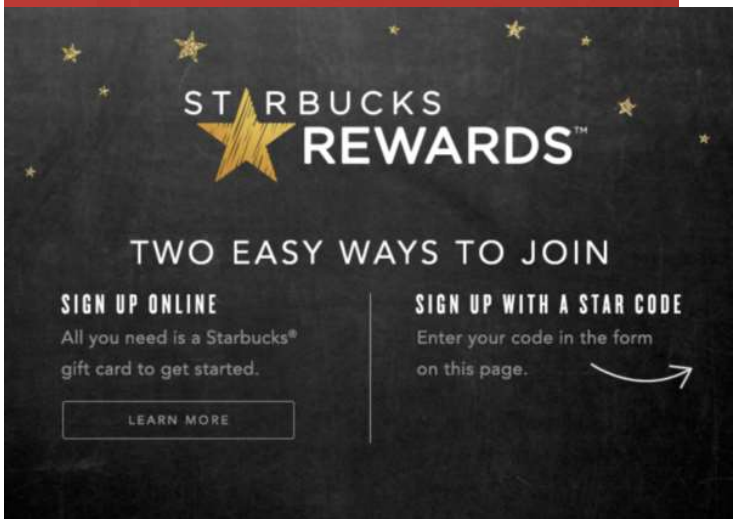

All team projects
Explore App Logo
E-commerce app landing
E-commerce version 2
Camera upload
Client pitch
Startup landing page

Тема 3.2. Игра как стимулирование покупки продукта для поколения Y и Z. Игровые механики. Визуальные особенности развития игровых механик

Иллюстрации:







2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «ДИЗАЙН СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников

определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней

странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного

объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;

– в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;

– знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;

– свободное владение терминологией;

– ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;

– единичные ошибки в терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;

– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;

– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

– незнание терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при

изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. ДИЗАЙН СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 1. СПЕЦИФИКА МЕДИАДИЗАЙНА

Тема 1.1. Трансформация принципов медидизайна в условиях развития телеиндустрии и Интернета

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Протожурналистика в Древнем Риме; первые рукописные газеты; зарождение и развитие печати в Англии; памфлетная публицистика английской революции 40-х гг. XVII в.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 1.1. Трансформация принципов медидизайна в условиях развития телеиндустрии и Интернета

Откуда взялся медиадизайн

Люди больше не воспринимают интернет как собрание ссылок в выдаче поисковика по введенному запросу. Для них это новый цифровой мир, где есть цифровые журналы, магазины, рабочие пространства, клубы по интересам и так далее. И если корпоративные сайты, интернет-магазины и посадочные страницы часто выглядят вполне традиционно, то в цифровых СМИ стали появляться совсем необычные проекты, которые сложно отнести к какой-то привычной категории.

Это те самые «залипательные лонгриды», которые надолго увлекают в чтение. И их ведь кто-то должен составлять. Одни называют таких специалистов медиа-дизайнерами, другие не спешат с навешиванием ярлыков. В любом случае такой дизайнер понимает: людям неинтересно читать простое полотно текста с редкими картинками.

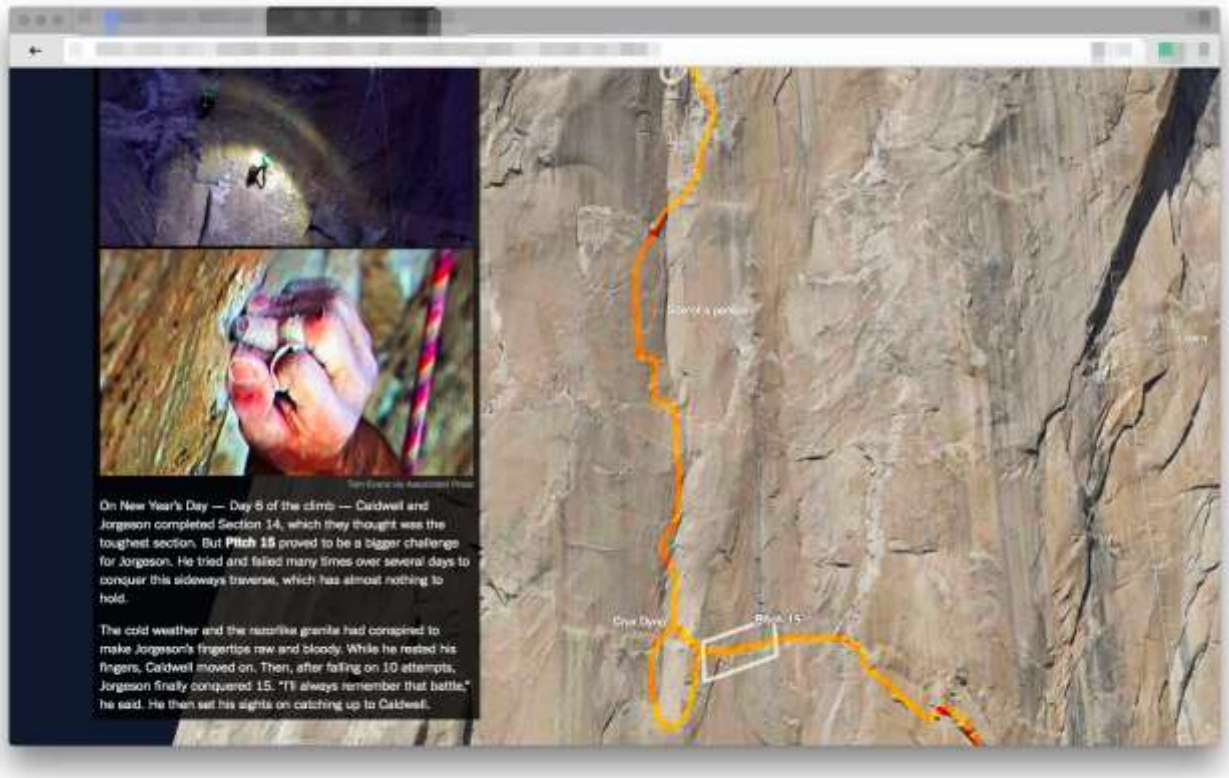
Такой дизайн тесно связан с историей, он дополняет журналистский формат. Это работа с данными, визуализацией и управлением вниманием.

Дизайн медиаисторий часто свободен от разногласий. При работе с клиентом у специалистов по графическому или веб-дизайну обычно возникает больше всего споров. Отсюда эти мемы про «поиграйте с цветами» и бесконечные правки.

И если графические дизайнеры работают на восприятие бренда клиентами, веб-дизайнеры создают креативные рабочие инструменты для ведения бизнеса в интернете, то медиадизайнеры ответственны за размеренную и последовательную подачу истории в интересах читателя.

Что считать медиадизайном

В журналах и СМИ вы часто встречаете большие расследования, объяснения каких-то явлений или большие совместные проекты с брендами. Часть из них — это наскоро собранные лонгриды, которые трудно отнести к медиадизайну. А часть — детально проработанные визуальные истории, где на странице есть, помимо хорошего текста, куча интерактивных элементов, движение, анимация, нестандартная верстка. И всё это смотрится ну очень круто.



В лонгриде от NY Times авторы предлагают совершить восхождение на гору El Capitan Например, корреспонденты «Нью-Йорк Таймс» забрались на вершину горы El Capitan и тщательно задокументировали свой подход. Затем вернулись в редакцию, передали историю в отдел дизайна, и читатели получили захватывающий рассказ, в котором смогли поучаствовать почти лично. История обеспечивает эффект присутствия: вы как будто поднимаетесь на гору вместе с участниками событий.

Другой эксперимент — интерактивный комикс от «Блумберга». Журналисты собрали длинную историю с горизонтальным скроллом в стиле 8-битной игры. Читатель уже не просто погружается в полотно бесконечного текста, а наблюдает за анимационной дракой двух политиков.



8-битный комикс на сайте «Блумберга»

И хотя кажется, что медиадизайн — не про конверсию и продажи, его приёмы вполне можно использовать при создании продуктовых страниц. Как сделали мы для проектов «Славкофе» и «Молочная культура», еще до того, как это начали называть медиадизайном :)

В проекте для «Славкофе» пользователь наблюдает за историей создания продукта: от сбора кофейных зерен и их помола до обжаривания, охлаждения в морозилке и попадания товара на полки магазинов.

Визуал показывает весь технологический процесс, привлекая внимание и заинтересовывая — у проекта с подобной подачей больше шансов, что покупатель оставит заявку здесь и сейчас.

Проект для «Молочной культуры» показывает путешествие стаканчика с молоком. Посетитель видит процесс создания, запоминает цифры и факты о производстве молока. Объединяющий элемент всей промостраницы — падающий от скролла к скроллу анимированный стаканчик.

Когда такой сторителлинг работает на продукт, возникает «вау-эффект». Посетитель страницы сравнивает в голове предыдущий опыт взаимодействия с сайтами конкурентов и запоминает именно то, что выделяется.

Где применять медиадизайн

Помимо развлекательно-познавательных проектов в СМИ, медиадизайн может решать и бизнес-задачи.

Компания запускает новый продукт на рынок, онлайн-университет продвигает новое направление и хочет привлечь студентов, завод хочет рассказать о технологиях и производстве — всё это сложно донести только текстом. Формат требует иллюстраций, интерактива, анимации. В большую историю могут быть вовлечены не только медиадизайнеры, но и маркетологи, иллюстраторы и даже видеопродакшены.

Инструменты

Может показаться, что для такой задачи вполне сойдёт какой-нибудь конструктор сайтов: владельцы бизнеса могут самостоятельно вставлять и двигать блоки, добавлять текст и картинки, а потом быстренько выложить проект в интернет и радоваться.

Да, но нет:) Чем сложнее и нестандартнее подача, тем лучше запомнится история. Конструкторы могут многое, но всё-таки их возможности ограниченны.
На страничках наших кейсов Фарбе и Dadim мы использовали нестандартную подачу и заморочились с вёрсткой. Такие страницы тоже вполне можно отнести к медиадизайну:)
В применении интерактивных историй нет ограничений: компания может рассказать о своем становлении, музыкальная группа может запустить интерактивный тур по своей истории, а блокчейн старт-ап донести до инвесторов идею своего проекта.

Чем медиадизайн отличается от других

Мы попробовали разграничить графический, веб- и медиадизайн, но скажем прямо: затея так себе:) Всё потому, что тот же веб может включать элементы сторителлинга, как медиадизайн, а медиадизайн — использовать элементы графического и технологии веба. Но тем не менее, таблица:

	Веб	**Графический**	**Медиа**
Где используется	Сайты, приложения, сервисы	Иллюстрации, оформление контента, фирменные стили, логотипы, наружная реклама	Специальные проекты в СМИ, онлайн-журналы, статьи, бизнес-проекты
Как создается	Photoshop, Sketch, HTML/CSS программирование	Adobe Illustrator, например	Photoshop, Sketch, HTML/CSS, для простоты: Редимаг, Тильда
Как выглядит готовый продукт	рабочий инструмент с множеством функций и анимашками	Скетчи, иконки, иллюстрации, айдентика	Интерактивная страница с блоками, анимацией, видео и аудиоэффектами
Какие задачи решает	Презентация компаний и их услуг, имидж в интернете, продажи в е-коммерс	Визуальная составляющая веб-проектов, айдентика, контент	Интерактивный сторителлинг

Медиадизайн сложно назвать отдельным-отдельным направлением в дизайне: скорее, он берёт от графического и веб-дизайна лучшее и умело это сочетает в проектах, где нужно нетривиально рассказать историю и вовлечь посетителя страницы.

И то, что цифровые СМИ всё чаще используют такой интерактивный формат, доказывает — проблема со «слишкоммногобукв» только усугубляется.

1. Учебная дисциплина. ДИЗАЙН СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 1. СПЕЦИФИКА МЕДИАДИЗАЙНА

Тема 1.2. Медиадизайн как компонент медиатекста

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Дизайн современных медиа России в условиях буржуазно-демократического государства; периодическая печать в период Первой мировой войны	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 1.2. Медиадизайн как компонент медиатекста

Медиадизайн как компонент медиатекста

В основе современных исследований взаимосвязи текста и изображения лежит семиотика (Ч. Моррис, Р. Барт, Ю. Лотман, Ю. Степанов). Однако наиболее активно этот вопрос исследуется в русле лингвистики с конца XX в., что предполагает определенный взгляд на проблему, методы и задачи исследования. Трактовка понятия «невербальные» знаки в большинстве случаев определена понятием «иконические»[2] и сводится к фотографии, инфографике, графической иллюстрации и упоминанию о других паралингвистических, атекстовых, визуальных знаках (Болыпиянова, 1987; Ворошилова, 2006; Корда, 2013). Б.А. Плотников включает в число параграфем фотографии, рисунки, символы, схемы, цифры, знаки препинания, пробелы между словами... (Плотников, 1989). Более подробно невербальные знаки рассмотрены в лингвистических исследованиях рекламных текстов (Туликова, Каменева, 2012: 126). Однако понимание процессов визуализации в массмедиа и, как следствие, природы медиадизайна невозможно без более детального определения инструментария — знаковых средств визуализации. Палитра невербальных знаков медиатекста постоянно развивается, и их сложно свести только к изображениям, что отмечено и лингвистами. Так, Н.В. Чичерина наряду с традиционным «визуальным сопровождением (фотографий, диаграмм, графических средств выразительности и т.д.)» публикации в прессе указывает также на важность «пространственного расположения этих компонентов», которое наравне с собственно текстом публикации выполняет «определенную смыслообразующую функцию» (Чичерина, 2007). Понимание значения пространственного расположения не конкретизировано. В периодических изданиях сюда можно отнести: место публикации в издании, характер ее анонсирования на

первой полосе, обложке, включения/невключения в блок анонсов, входящих в титульный комплекс издания. Наиболее очевидна оппозиция первая полоса/обложка — последняя полоса, верхняя часть страницы — нижняя, правая страница — левая (особенно актуальна для журнальных и таблоидных форматов). Невербальным обозначением места публикации в иерархической конструкции номера может рассматриваться и его объем в масштабе средних размеров материалов номера. Можно провести параллель и с размещением информации на страницах сайта: попадание/непопадание материала на первую страницу и расположение на ней по вертикальной шкале, включение в блок анонсов, количество ссылок на него и т.д. В телевизионном и радиоформатах — соответственно продолжительность программы, ее близость/удаленность по отношению к прайм-тайму, частотность и характер анонсирования в эфире. Конструктивное решение может иметь не только последовательно-плоскостное, но и пространственно-объемное решение. В 2007 г. после редизайна бумажная версия газеты «Труд» стала интерактивной: контент издания объединили в четыре раздела, которые располагались не последовательно по полосам (2—5 или 6—9 и т.д. полосы), а в соответствии с материальной конструкцией газеты, занимая полностью несколько листов (по четыре полосы каждый). Таким образом, читатель мог выбрать необходимый раздел и самостоятельно сформировать свое «издание», содержащее, с его точки зрения, необходимую и интересную информацию. Таким образом, принципы построения гипертекста в веб-простанстве оказывают обратное влияние на дизайн оффлайн-изданий. Под их воздействием стали более активно использоваться знаки навигации: увеличились кегли полосных рубрик (они вынесены в самостоятельный служебный блок, открывающий каждую страницу газеты, акцентированы пробельными элементами — отбивками от материалов), в журналах появились «Содержания» разделов на титульных полосах, непосредственно визуализирующих конструкцию издания; рубрикация поддерживается графическими символами («Секрет фирмы», до 2011 г. журнал «Профиль») или дополнительной цветовой акциденцией («Труд»), где цвет подложки или графика иконического знака рубрики являются компонентами единой знаковой системы. Принципы веб-организации медиатекста нашли отражение и в системе ссылок, связывающих медиатекст онлайн- и оффлайн-изданий в единый медийный продукт. Одной из первых британская Gardian в новую графическую модель ввела «гиперлинки», отсылающие читателя материала к другому материалу этого же номера, который также может его заинтересовать (для визуализации линка использованы шахта на высоту материала, градиентный цветной фон и фирменные пиктограммы — стилизованные кавычки или перо), а в служебном блоке, открывающем полосу, можно увидеть ссылки на другие разделы номера или материалы сайта газеты. Дизайнеры, предложившие в 2008 г. новый облик бельгийской газеты Tages Anziger, пошли еще дальше: они предприняли попытку визуализировать сам текст, выделив уплотненным начертанием и синим цветом ключевые слова материала и организовав таким образом его конструкцию, что позволило читателю еще на этапе «сканирования» — поверхностного проглядывания полос — получить представление о содержании основных материалов номера.

Для отечественных СМИ характерны в большей степени ссылки на продолжение материала и на сайт (например, «Независимая газета»), В «Новой газете» в титульном

блоке издания также использован прием, имитирующий веб-навигацию: над логотипом издания обозначены все три дня выхода издания — понедельник, среда и пятница. Однако визуальным знаком номера становится только один из них, дополнительно актуализированный графическим элементом (обводка в виде эллипса). Он выполняет смыслообразующую функцию.

Формальным признаком типа издания рассматривался формат. Традиционный А3 и близкий ему таблоидный формат были, как правило, атрибутами развлекательных, массовых изданий. Однако с середины 2000-х гг. происходит переход качественной прессы на эти форматы: Wall Street Journal, Financial Times, Guardian, Times, Independent, Handelsblatt, «Ведомости». И это лишь очевидный, заметный шаг в изменении медиатекста качественных изданий, которые вынуждены балансировать «между серьезными и мелкими темами, характером quality press и визуальной формой yellow press»[3]. Обращает на себя внимание активизация акциденции заголовочных блоков, их визуальная экспрессивность и усложнение конструкции, включение в медиатекст ярких графических элементов (линий, плашек, выворотки), существенное увеличение количества фотографий и их размеров, активное развитие крупноформатной графической иллюстрации как элемента фирменного стиля. Как отражение общей тенденции волна редизайна прокатилась и по российским СМИ. Одним из первых изменился еженедельник «Эксперт» весной 2004 г. Его дизайн из подчеркнуто нейтрального (что характерно для деловых изданий) стал энергичным и агрессивным. Подобные трансформации можно было наблюдать в «Известиях», «Огоньке», «Коммерсанте», «Деловом Петербурге», несколько позже — в «Ведомостях» и «Труде». Эстетические параметры изданий приобретают не меньшую значимость, чем содержательные. Подобные процессы происходят и в медиадизайне на телевидении: каналы ищут наиболее привлекательный визуальный образ, трансформируя компоненты подачи рубрикатора, заставок, идентификаторов. Дружелюбный и мягкий первоначальный стиль НТВ сменил «квадратный», брутальный, «металлический» в буквальном смысле этого слова, несколько позже прошел редизайн фирменного стиля НТВ+ и портала. Работа студии «НТВ Дизайн» — пионеров в данной области — заложила основы медиадизайна на российском телевидении.

Отдельной темой исследования может стать заимствование визуальных компонентов у более успешных конкурентов. Так, во многих изданиях газетного типа с 2006 г. можно было увидеть плотную подложку (обычно синего цвета) как средство акциденции логотипа и/или блока анонсов, ставшую особенно популярной после редизайна британской газеты Guardian, в основу которого положена чистая типографика.

Общая тенденция к визуализации медиатекста меняет шрифтовую палитру СМИ: она становится чище и профессиональнее.

Произвольное искажение графики шрифта («вытягивание» заголовков под формат по горизонтали или вертикали), хаотичное использование множества гарнитур встречаются все реже и являются очевидным знаком пренебрежительного отношения к медиадизайну и непрофессионализма. В последнее время и в России все более очевидной становится тенденция заказа шрифта под образ и графическую концепцию издания. Один из последних проектов — полигарнитура RusNews, выполненная Т. Сафаевым для «Российской газеты».

С точки зрения включенности типографики как одного из инструментов медиадизайна в функцию смыслообразования можно сказать, что начертание и кегль, место и форма расположения на полосе и в номере, формат набора определяют ценностную парадигму текстов массовой коммуникации, а рисунок (гарнитура) и цвет — содержательную.

Таким образом, изучение возможностей невербальных знаков для визуализации медиатекста, организации процесса восприятия, функций медиадизайна (когнитивная, конструктивная, эстетическая, рекламная) интересно продолжить на материалах различных массмедиа, выбранных по определенному признаку (территориальному, аудиторному, организационному и т.д.).

Интертекстуальность меднаднзайна

Медиадизайн в силу своей природы интертекстуален. Медиатекст создает информационную картину мира. Медиадизайн — визуальную картину медиатекста в рамках одного канала, портала, издательского дома, издания со всем многообразием его версий — печатной, онлайн- и мобильной. Определение понятия интертекста как любого текста, в котором на различном уровне присутствуют тексты предшествующих и окружающей культур, дал Р. Барт. В наше время интертекстуальность является одним из принципов постмодернистской критики (Ильин, 1996: 225).

Исследователи отмечают важность включения в анализ медиатекста парадигмы его взаимоотношений с культурой. М.Ю. Казак рассматривает СМИ как порождение и средство репродуцирования массовой культуры (Казак, 2010). С точки зрения истории медиадизайна такая позиция кажется не бесспорной. Так, развитие СМИ во второй половине XIX в. (соответственно речь идет о печатных изданиях) показывает, что медиадизайн возникает как самостоятельный вид деятельности, обязательный атрибут контента издания благодаря использованию эстетических приемов высокого искусства, привнесенных в журналистику художниками — представителями новых стилей и направлений, которые рассматривали журналы как средство популяризации концепций и произведений.

И сегодня «мастерской» формирования медиадизайна как визуальной компоненты медиатекста можно назвать журналы о культуре, художественные издания, выпускаемые подчас на средства авторов. Здесь вырабатывается визуальный язык современных СМИ, который впоследствии тиражируется в массовых средствах коммуникации различной тематики и типологии.

Можно выделить три основных фактора, влияющих на становление и развитие медиадизайна: тенденции в развитии изобразительного искусства, техника и технологии создания медиатекста, информационные потребности общества, определяющие типологическую систему СМИ. Причем эти факторы менялись местами по значимости в тот или иной период развития массмедиа. Таким образом, историческая цепочка «искусство — графический дизайн — медиадизайн» в самых общих чертах, не претендуя на искусствоведческий или исторический ракурс, выглядит следующим образом[4].

От графики к графическому дизайну. 1870—1920-е гг. В этот период происходит становление графического дизайна как самостоятельного вида деятельности. Новые технологии (литография, фотография) и новый стиль в искусстве — модерн — привели к актуализации новых средств выразительности (художественная афиша), с одной

стороны, и появлению художественных журналов, необходимых для пропаганды нового искусства, — с другой.
Во Франции эти процессы отразились в формировании жанра художественной афиши. Четырехцветная литография Жюля Шере диктовала отказ от изобразительности, введение текстовых компонентов в его композицию (все текстовые компоненты «рисовали» авторы изображения — Анри Тулуз-Лотрек, Альфонс Муха и др.), что привело к художественному решению шрифта в едином с изображением стиле, упрощению иллюстрации до символа за счет использования четких контуров и разбиения изображения на крупные цветовые пятна. Фотография привнесла в работу художников неожиданный ракурс и «кадрирование» изображения как прием выразительности. Увлечение этническим искусством, в первую очередь японской графикой, широко представленной в конце XIX в. на всемирных выставках в Париже, активизирует использование таких приемов, как черно-белые контрастные композиции, инверсия формы и контрформы не только в афишах, но и в книжной и журнальной графике (Пьер Боннар, Уильям Моррис, Обри Бердслей).
Дальнейшее развитие жанра в Европе и Северной Америке формирует особый язык визуальной метафоры, который активно использвуется и в афишах (Л. Капиелло, Л. Метликовиц, М. Дудович), и в журнальной графике (Т. Т. Гейне, Simplicissimus; Э. Грассе, Э. Пенфилд, Л.Дж. Риид, У. Брэдли, Harper’s, Lippincott’s, ChapBook). В США был сделан важный шаг, зафиксировавший значимость визуализации контента журнала, — шаг от иллюстратора сезонных вкладок, обложек к арт-директору издания, отвечающему за визуальный ряд в целом.
Новые стили в искусстве были невозможны без популяризации их эстетичской концепции, представления работ художников и дизайнеров широкой аудитории. Стиль модерн, который называют последним стилем в искусстве, принес в культуру того времени отрицание исторических принципов и ориентацию на синтез искусств. Для графической иллюстрации были характерны символичность изображения, орнаментальность, обращение к природным мотивам, визуальное единство форм и др. — практически новая знаковая система, которая поражала современников. Эстетика современности нашла свое отражение в таких журналах, как The Studio, Revue Blanshet, Jugend, «Мир искусства», Die Form, «Весы», «Золотое руно» и др., где форма и содержание составляли единый медийный продукт. Так, в немецком журнале Jugend графика логотипа и место его расположения на обложке варьировались в зависимости от иллюстрации. Форма текста на внутренних полосах также «освободилась» от традиционно книжной верстки: подстраивалась под композицию иллюстрации формой, форматом, масштабом. В редакции журнала «Мир искусства» графическая концепция издания изначально была признана равнозначной его содержательному наполнению. Эстетика модерна вывела технологичность в ряд важнейших критериев эстетики в дизайне, а художественные журналы заложили основу визуализации периодических изданий, предопределили методы и приемы, получившие дальнейшее развитие в традиционных СМИ.
Авангард и развитие модернизма. 1920—1980-е гг. Поздний модерн подготовил возникновение беспредметного искусства и авангарда. Поиск формы выразительности сменился поиском смысла и языка для его передачи. Новые знаковые системы в искусстве были непонятны и технологичны.

Так, эстетика мира будущего — эстетика машин, механических форм и шумов, характерная для футуризма, — привела к использованию новых приемов визуализации, отражающих красоту механистичности, скорости, технологичности. Текст благодаря новым форматам типографики становится изображением (важны его экспрессия и звучание, а читабильность, связанная с канонами набора, не принимается во внимание), традиционная конструкция издания — продуктом машинного производства. Ярким примером служат металлические пластины и шурупы в переплете изданий итальянских футуристов, коллаж и неожиданный материал (обрывки обоев, афиш) как готовая изобразительная форма в книгах Будетлян. Метод В. Степановой — соединение абстрактной поэзии с абстрактной графикой — можно рассматривать как сознательное использование новых коммуникативных возможностей слияния вербального и визуального текста. Медиадизайн становится средством проектирования и конструирования новой реальности.
Наглядным подтверждением данного тезиса служит дадаистский журнал DerZelweg, где слово и изображение невозможно разделить и типографика используется как инструмент графики — для создания новых изобразительных форм. Дж. Хартвилд, К. Швиттерс активно используют фотомонтаж в иллюстрациях для журнала Merz. В Великобритании эти процессы отразились в динамическом искусстве вортицизма, где воплощением «революции» в викторианском графическом дизайне стал журнал BLAST Интернациональная плоскостно-геометрическая эстетика группы «Де Стиль» (Нидерланды), в основе которой лежала живопись П. Модриана, построенная на системе ортогональных осей, воплощена на страницах одноименного журнала De Stijl. Взаимосвязь группы с русской школой («Черный квадрат» К. Малевича и «Проун» Л. Лисицкого), концепция неопластицизма — «архитектурного» языка художников и дизайнеров, входивших в группу (Пит Мондриан, Тео ван Дусбург, Пит Цварт, Питер Оуд, Геррит Ритфелд, Жорж Вантегерло, Вильмош Хусар), предопределила особенности композиции De Stijl'. неожиданный для своего времени гротеск был выбран как шрифт, наиболее приближенный к «чистым» буквам; наборные элементы использовались как средство выразительности для создания графических символов; простые геометрически формы в простых цветах создавали лаконичный и экспрессивный стиль. Эстетическая выразительность новой типографики, свободной от излишней декоративности и основанной на функциональности и простоте дизайна, повлияла на дальнейшую визуализацию европейских и российских изданий (например, журналы «Вещь», Mecano, Bauhaus, New Graphic Design).
В России конструкция как инструмент организации формы используется как художественный метод при проектировании книг и журналов (например, ЛЕФ, «Вещь») в творчестве таких художников, как Л. Лисицкий, А. Родченко, А. Ган. Графический дизайн становится средством организации процесса восприятия, визуализации структуры страницы на основе модульной сетки. В иллюстрировании графику теснят новые технологичные формы: фотография, 14 коллаж и фотомонтаж. Конструктивистская типографика, также построенная на гротесках, подчеркивает геометричность и технологичность форм нового мира.
Профессионализацию дизайна периодических изданий ознаменовало создание в 1920 г. Клуба арт-директоров (Нью-Йорк). Так, М.Ф. Агха использовал современные фото- и печатные технологии как основу дизайна издания, эстетическую выразительность

полноцветной фотографии, разворот как единое композиционное поле и объединение материалов в разделы в помощью системы средств акциденции, проектирование обложек — все это свидетельствует об использовании принципов конструктивизма при разработке макета (Vouge, House and Garden, Vanity Fair). Алексей Бродович вводит новый принцип — контраст как основу графической модели издания (Harper's Bazaar). Такой прием позволяет поддерживать интерес читателя и наиболее эффектно подавать ключевые компоненты медиатекста.

Определенное влияние на медиадизайн середины XX в. оказала коммерческая графика — развитие систем корпоративной идентификации (Эберт Якобсон, Кассандр, Раймонд Лоуи) и визуального языка новой рекламы (Пол Рэнд), наглядно продемонстрировавшие преимущества формирования единого визуального пространства всех проявлений компании, созданного на основе уникального визуального кода — языка, на котором отныне компания разговаривает с сотрудниками, партнерами, клиентами. Дизайн СМИ развивается как знаковая система издания, как инструмент коммуникации. Новые принципы визуализации привели к активному включению инфографики в медиатекст (USA Today, Fortune, У. Бёртн).

Во второй половине XX в. все большее влияние на журналистику и дизайн СМИ оказывают техника и технологии. В 1950— 1960-е гг. офсетный способ печати активно вытесняет из медиабизнеса традиционную высокую печать[5]. Усовершенствованная технология позволяет быстрее и дешевле изготавливать печатные формы и печатать большие тиражи, существенно повышает качество репродуцирования полутоновых изображений и крупноформатных плашек (на полосу, разворот), акцентирующих внимание на ключевом материале, а также мелких графических элементов, что не могло не сказаться на сегменте иллюстрированных изданий и таблоидов. В 1960-е гг. это становится особенно актуальным с поиском новых графических форм как отражения социального протеста. Психоделические течения переносят акцент в формообразовании журнала на орнаментальную графику в стиле модерн и цвет, для достижения эффекта воздействия которых необходима точная цветопередача. Андерграунд создает новую концепцию печатного издания, где визуальный язык передает идеологические, эстетические, а подчас и философские взгляды его издателей[6]: Hitweek, Real Free Press, Hotcha! (Нидерланды); Oz, International Times, Frendz (Великобритания); Helix, Westword, Chicago Seed и др. (США). Принцип визуализации распространился с журналов на первые полосы газет — и те и другие своей стилистикой напоминали скорее постеры, чем страницы периодических изданий. Неформальные решения распространялись не только на иллюстрации, но и на формы презентации текста. Дополнительный оттенок вносила и бумага: издания, их отдельные номера могли быть напечатаны на мелованной или газетной, упаковочной или цветной дизайнерской бумаге — в зависимости от финансовых возможностей издателя или концепции издания. Таким образом, новые знаки, средства визуализации формируются в изданиях неформального толка.

Поиски смелых решений в визуализации СМИ развиваются параллельно с эстетикой Новой типографики, характерным примером которой служит швейцарская школа графического дизайна. Ее отличительные черты: модульная конструкция и тщательная шрифтовая проработка полосы, использование «объективной фотоиллюстрации» и фотомонтажа, расположение основного текста с выключкой влево, использование

шрифтов группы гротесков, малогарнитурный стиль, активность белого пространства на полосе (Макс Хьюбер, Арман Хоффман). Стиль интернациональной типографики (1930—1980-е гг.) объединил традиции «совершенного» дизайна Эрнста Келлера (Высшая школа искусств и ремесел в Цюрихе) — Тео Баллмер; типографики Герберта Байера (Баухауз) — Макс Билл; Яна Чихольда (Высшая школа искусств и ремесел в Базеле); Антона Станковски (Цюрих). Международные символы школы в 1950-е гг.: гарнитуры Univers Адриана Фрутигера (1954) и обновленная Helvetika Макса Мьеденгера (1957). Эволюция швейцарской школы, стиль которой основан на развитии динамики в математически точных композициях, можно проследить по журналу New Graphic Design. Современное прочтение Новой типографики оказало влияние на графический дизайн в целом (Вим Кроувел, Нидерланды, Эйприл Грейман, США и др.). В отечественные издания этот стиль пришел через СМИ ГДР — государства, более интегрированного в европейские коммуникационные процессы.
Наиболее очевидным образом его принципы повлияли на реорганизацию внешнего облика и процесса выпуска газеты «Труд», последующую «расчистку» оформления периодических изданий. Самым ярким примером использования стиля интернациональной типографики стал в середине 1980-х гг. еженедельник «Собеседник», главный художник которого Андрей Сперанский попытался реализовать современные принципы дизайна в графической модели издания нового типа.
Постмодернизм и мультимедийность. 1970—... Эстетика постмодернизма отрицает модернизм как искусственную, безликую и чуждую человеческой природе систему авангарда. Появляются направления, прямо говорящие об этом: «Антидизайн» (вторая половина 1960-х гг.) и «Новый дизайн» (1980-е гг.) Этторе Сотсаса (Италия), «Студия Алхимия» (Милан, 1979 г.), группа «Мемфис» (Милан, 1981 г.), хай-тек и хай-тач (США, 1980—1990-е гг., Джон Нейсбит, Дж. Адамс, Р. Робинсон, Д. Радди и др.). Их разнообразие отражает тенденцию к децентрализации культуры, размыванию ее границ и художественных стилей, эстетизацию обыденности до уровня произведения искусства. Формирование принципов визуального языка постмодернизма в СМИ приводит к разрушению системы ортогональных осей, созданию многоплановых композиций, введению визуальных метафор, неожиданного контекста с помощью графических иллюстраций, фотографических композиций. В конце 1970-х гг. развитие телевидения, особенно его кабельного формата, привело к активизации процессов иллюстрирования периодических изданий, визуализации конструкции контента инструментами шрифтовой (гарнитура, кегль, начертание, цвет, типографика) и графической (пробельные — отбивка, шахта, спуск, поля, — и декоративные — линии, подложки, плашки, фирменная графика, — элементы) акциденции. Эфирные телеканалы вынуждены конкурировать с кабельным телевидением, что приводит к актуализации моушн-дизайна — созданию фирменного стиля телеканала, который выполняет функции идентификации и навигации с помощью имиджевых шапок, заставок, обвязок, часов и т.д., жанровых и тематических рубрикаторов, стилеобразующих компонентов. Исследователи отмечают существенное влияние электронных технологий, активизировавших «очевидный процесс ухода от логосферы в пользу иконосферы», на процесс визуализации СМИ[7]. Происходит в какой-то степени обратное влияние медийного языка и технологий на искусство: появляется новое направление — медиаарт, или медиаискусство.

Появление в редакциях (в отделе дизайна) настольных издательских систем привнесло новые возможности визуализации, освободив дизайн из-под диктата типографий и, как следствие, привело к возрастанию значимости и ответственности дизайна и дизайнера. Пионером здесь был «Коммерсантъ». Развитие цифровой типографики в 1980-е гг. характеризуется не только «диктатом» гротесков и распространением большого количества нелицензионных шрифтов, но и формированием понятия полигарнитуры, включающей кроме традиционного набора начертаний (с градациями по насыщенности, наклону, ширине знаков) еще и изменение графики (гротескное и антиквенное начертания в рамках шрифта одного рисунка).

В отечественной журналистике коммерциализация СМИ 1990-х гг. сделала дизайн одним из условий успешности издания в борьбе за рекламодателя и читателя, у которого появился широкий выбор СМИ, отвечающих его запросам. Немаловажную роль здесь играли и полиграфические характеристики издания: качество бумаги и печати. Для читателя дизайн стал одним из критериев выбора медийного продукта среди изданий одного типа. Формирование рынка массмедиа вывело дизайн СМИ в ряд значимых типообразующих признаков. Дизайн не только стал инструментом организации и конструирования контента, навигации по полосам издания, страницам сайта, телеканалам и программам, но и органичной компонентой медиатекста. Дизайн как визуальный язык, своеобразный семантический код позволяет «прочитать» типологическую и адресную направленность издания, тематику конкретного номера до знакомства с его содержанием. Поиски современной пластики, направленные на преодоление традиционной для графики СМИ системы ортогональных осей, привели к актуализации авторской иллюстрации в изданиях разного типа, использованию инфографики и каллиграфии. Эти элементы наиболее эффективно организуют «точки входа» читателя в материал, полосу, номер. Крупноформатные иллюстрации стали характерной чертой ежедневных газет наряду с яркими заголовками — на разворот или полосу («Деловой Петербург», Санкт-Петербург, «Мой район», Москва, «Свободный курс», Барнаул, «Слобода», Тула и т.д.). Такой «плакатный» способ развития основной темы от первой полосы к внутренним, акциденции ключевых материалов номера позволяет газетным изданиям использовать преимущества формата в конкурентной борьбе с интернетом.

С развитием интернета и цифровых технологий СМИ устремились на новое поле — появился веб-дизайн, дизайн интерфейсов, мультимедиа-дизайн, бродкаст-дизайн, моушн-дизайн, саунд-дизайн, оформление радиоэфира (Спиров, 2007; Чернышов, 2012). Данные понятия наряду с графическим дизайном, газетным дизайном, журнальным дизайном, дизайном СМИ представляют собой пересекающиеся, синонимичные или параллельные феномены. Определение видов дизайна по объекту проектирования не является чем-либо новым в технической эстетике. (Традиционно выделяют ландшафтный дизайн, дизайн интерьера, политический дизайн как особые виды проектной деятельности, обусловленные спецификой интструментария, материала и конечного продукта.) И в данном случае все перечисленные виды дизайна имеют отношение к единому объекту — медиатексту, его организованной презентации аудитории. Так что уместно их соединение в интегрирующем понятии «медиадизайн», что подчеркивает его отличие от графического, коммуникативного или электронного дизайна. У него свои функции — организация и визуализация

медиатекста СМИ определенного типа, и только во вторую очередь — создание индивидуального образа издания, канала, портала и т.д.
В 2011 г. СМИ активно осваивали новый канал распространения — iPad. Соответствующие версии своих изданий уже выпустили крупнейшие СМИ (см., например, NewYork Times). На российском медиарынке пионером стал журнал Cosmopolitan, использовавший технологию HTML5. Пространство iPad предоставляет дизайнерам новые возможности организации визуального текста СМИ. В первую очередь подобный медийный продукт интересен рекламодателям: их «сообщения» живут в виртуальной среде, доступной целевой аудитории. Так, читательницы женских изданий смогут «примерить» на себя (на свою фотографию) оттенок рекламируемой помады, цвет волос, модели одежды, обуви... Создание iPad-версии издания возможно и на базе современных программ верстки с дополнительными плагинами. В феврале 2011 г. медиамагнат Руперт Мердок представил широкой аудитории новое издание — DAILY— первую iPad-газету, которая доступна только обладателям этого устройства (14 000 000 человек на тот момент). СМИ активно осваивают и мобильное пространство. Тем не менее, несмотря на столь очевидное влияние технологий на медиадизайн и на медиатекст в целом, художники, фотографы, дизайнеры, представляющие современные течения в искусстве, пытаются популяризировать творчество в журналах {DUST, 032c, Hero, Acne Paper, Fantastic Man, Tiger Magazine). Искусство и медиадизайн, совершив новый виток, опять встретились на бумажных страницах, вырабатываются приемы медиадизайна последующих лет.

1. Учебная дисциплина. ДИЗАЙН СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 2. СТАНОВЛЕНИЕ МЕДИАДИЗАЙНА

Тема 2.1. Факторы, влияющие на становление и развитие медиадизайна

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Подходы к типологии СМИ; массовая и качественная пресса; западная СТАНОВЛЕНИЕ МЕДИАДИЗАЙНА как адаптация к условиям рыночной среды	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 2.1. Факторы, влияющие на становление и развитие медиадизайна

Чем занимается медиадизайнер, какие инструменты уже есть и на что обратить внимание новичку.

Первый материал из цикла про медиадизайн.

Скорее всего, вы видели эти проекты.

Snow Fall — с него началось победное шествие длинных историй с картинками. Сейчас выглядит уже достаточно скромно.

Aquatilis — красивый отчёт про глубоководную экспедицию.

The Dawn Wall — рассказ про восхождение на гору El Capitan (в честь которой названа одна из версий macOS).



Aquatilis

Что их объединяет? Я бы сказал, что всё это — медиаистории. В зависимости от формы воплощения можно называть их лонгридами, «листалками», визуальной журналистикой, дата-сторителлингом, скроллителлингом и ещё парой десятков слов, которые (если откинуть форму) обозначают примерно одно и то же — истории с сильной визуальной составляющей, несущей в себе весомую часть смысловой нагрузки.

И это не просто текст с картинками. Композиция, типографика, цвет, сама структура повествования — всё имеет смысл и является частью нарратива.

Людей, которые занимаются их созданием, я бы назвал «медиадизайнерами». Не лучшее название, согласен, поэтому буду рад любой альтернативе, а пока остановимся на нём.

Примечание: в рассказе ниже я намеренно пропустил достаточно обширный сегмент видеоинфографики, объясняющего видео, развлекательного видео и вообще видео как отдельного жанра, так как он сам по себе тянет на отдельный рассказ.

Медиадизайн или веб-дизайн

Может показаться, что я говорю о веб-дизайне, но его давно пора перестать рассматривать как нечто единое. Digital — новая норма, всё, что мы видим в сети, — это не «сайты», а цифровые вещи, издания, сервисы, приложения и так далее. «Сайт» — лишь релевантная среде оболочка. Сказать «я разрабатываю дизайн сайтов» — то же самое, что говорить «я занимаюсь печатным дизайном», в который входит всё: от книг до упаковки.

Медиадизайн можно грубо определить как разработку (чаще всего) цифрового контента для публикации на различных площадках и в различных контекстах. Это достаточно широкое определение, поэтому я в рамках статьи выделил из него работу со сложными визуальными нарративами, где текст и изображения поровну делят между собой смысловую нагрузку.

Медиадизайн — проектирование контента для публикации на различных площадках и в различных контекстах.

Ближайшая аналогия здесь — журнальный дизайн. Именно журнальный, потому что в газетах вёрстка, как правило, находится в жёстком подчинении сетке, срокам и общему образу издания. Газета — быстрый формат. Не в плане скорости потребления, но скорости создания.

Конечно, можно вспомнить прекрасные развороты с инфографикой того же печатного The New York Times, на которые уходили если не месяцы, то недели работы, но это скорее исключения — подарки читателям. Подобного трудоёмкого контента с сильной визуальной составляющей в газетах (в их подавляющем

большинстве) сильно меньше половины. В отличие от журналов, большинство которых изначально задумано как «набор красивых разворотов».



Разворот журнала W. Арт-директор — Антон Юхновец

Дизайн сайтов цифровых медиа в этой печатной аналогии — это разработка макета издания. Но после разработки макет надо чем-то наполнять, и тут на поле выходит медиадизайнер.

До недавнего времени вопрос дизайна контента в онлайн-изданиях вообще не стоял — мешали как серьёзные ограничения CMS, так и в целом психология дизайнеров и разработчиков, мыслящих шаблонной вёрсткой (шаблон — не синоним чего-то плохого, просто нешаблонная обходилась слишком дорого). Цифровые СМИ до недавнего времени были «газетами». Даже те, которые были не про ежедневную новостную повестку или являлись цифровыми версиями бумажного глянца. Условно — GQ бумажный и GQ цифровой отличались как журнал от газеты.

Инструментарий медиадизайнера

В чём главное преимущество современных инструментов? Если десять лет назад вы открывали текстовый редактор и писали код (или просили верстальщика), чтобы сделать синенький заголовок, выключенный по центру и набранный 40 кеглем, то сейчас вы открываете, скажем, Tilda и делаете это руками на экране в режиме благословенного WYSIWYG (what you see is what you get).

Я бы назвал это даже WYSIWYG 2.0 (простите), потому что сейчас вы проектируете не только внешний вид, но и поведение элементов (например, в Readymag отличная система создания контекстных анимаций, и он продолжает эволюционировать). И всё это

{ без

единой

строчки
кода }.
Тут самое время вспомнить, что первые печатные издания тоже кодились в специальных системах, а не рисовались. Но потом пришёл Quark. Его доступность и большая средняя скорость работы, а также порог входа в инструментарий (не в профессию, не путайте), упавший примерно до нуля, очень быстро привели к исчезновению подобных систем (и надобности в подобных программистах — вот тут верстаки могут реально напрячься).



Интерфейс Readymag

Итак, теперь у нас есть Tilda, Readymag и даже несколько экспериментов по автоматизации работы уже самих дизайнеров (а не только программистов) вроде The Grid , а современные CMS некоторых изданий не сильно уступают им в возможностях.
Я обещал немного сказать про инструментарий, но Tilda с Readymag, пожалуй, единственные, реально работающие и представляющие интерес (для дизайнера) сейчас. Или ваша команда из крутых программистов, которые за несколько месяцев сваяют вам стабильно работающий конструктор лонгридов (ещё раз простите) и прикрутят к вашей rocket-science-CMS.
Есть также ряд инструментов b2b-формата, заточенных на интеграцию в редакционные процессы и обладающих тем или иным объёмом возможностей для создания визуальных историй. Например, Verstka и Setka (от создателей уже упоминавшегося The Grid). Так что если вы уже сейчас работаете в издании и сталкиваетесь с подобными задачами, рекомендую посмотреть в этом направлении.



Тут следует понимать, что одними только возможностями по наведению визуальной красоты дело не ограничивается. Как минимум это всё должно ещё и стабильно работать на всём спектре устройств, систем и браузеров, которыми пользуется ваша аудитория (а нередко эти негодяи вообще смотрят сайты через встроенные браузеры мобильных приложений).

Tilda и Readymag эти проблемы совместимости так или иначе решили, так что это не только удобные, но и (относительно) надёжные решения. Помимо них я бы ещё отметил Medium в качестве перспективной платформы для сборки медиаисторий, но для дизайнера там пока что ещё слишком много ограничений. Всё остальное либо слишком нишевое (например, шаблоны для личных лендингов или портфолио по принципу «картинка-подпись»), либо менее стабильно и беднее по функциям (но если я неправ, то готов удивиться новому крутому инструменту, буду только благодарен). И я намеренно пропускаю тут некоторые экзотичные способы вроде «собери дизайн в Adobe Muse».

Кстати, не следует путать медиаистории с лендингами. Лендинг, прежде всего, конверсионный инструмент. Его задача — шаг за шагом загрузить в читателя информацию о товаре или услуге. Схожесть лендингов с медиаисториями лишь в том, что и там и там есть чёткая последовательность изложения, но отличаются они примерно как консультант в магазине от лектора на TEDx. Хотя, конечно, есть неплохие примеры смешения жанров.

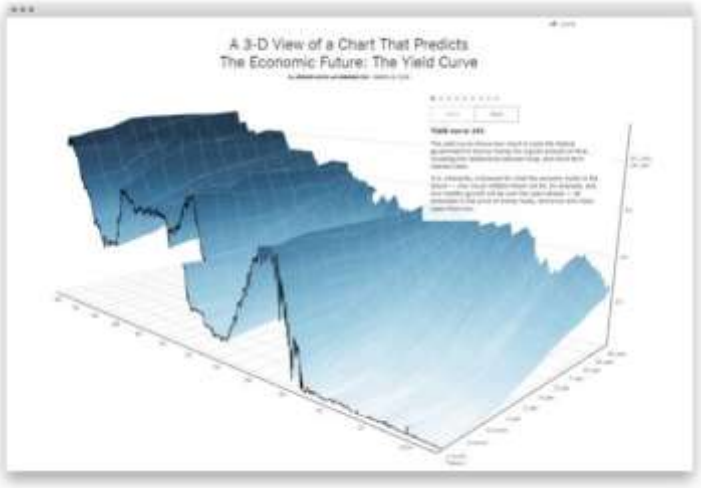
На чём учиться и где искать вдохновение

Куда смотреть дизайнеру, который решил заняться дизайном контента в медиа? Когда вы занимаетесь поиском референсов, как правило, вас в первую очередь интересуют проекты, похожие на то, что вы уже видели. Условно — если вы видели Snowfall (не верю, что не видели, вон же ссылка в начале статьи), то, скорее всего, весь медиадизайн для вас похож на лонгрид.

Но длинная колбаса из текста и картинок с анимированными переходами — это лишь один из форматов (удобный в разработке и проектировании, не спорю). Поэтому я сократил число «портянок» в примерах и выбирал проекты не за форму, а за историю.

Прежде всего — инфографика жива как никогда. Некоторые истории могут быть построены исключительно на ней.

- График-история от The New York Times про будущее экономики США. Мой любимый пример. Хочешь — листай, хочешь — исследуй самостоятельно (лучше смотреть на десктопе).



- «Что приводит к глобальному потеплению» от Bloomberg. Хороший пример выстраивания истории на простых графиках.
- «Наглядное Введение в Теорию Машинного Обучения». Всё понятно из названия.



Анимация почти всегда работает в плюс проекту. При этом она вовсе не обязательно должна быть сложной. Даже простые GIF могут одновременно оживить историю и дать новый уровень понимания: "In Water Polo, the Real Action Is Under the Water".

Грамотно найденная **метафора** помогает сформировать нужное впечатление. Как в этой истории, рассказывающей про то, как несколько американских семей спонсируют президентские выборы в США.

Медиапроект — это не обязательно длинная публикация с картинками. Возможны самые разные форматы, например **комикс**: грустная история от The New York Times.



Фотографии и видео сами по себе могут стать историей, а не просто чередоваться по вертикали с кусками текста. Как в этом проекте про Сирию.

Геймификация — отличная опция. Но ей надо пользоваться с умом, как сделал The New York Times на этом проекте, предлагающем стартовать быстрее, чем Усейн Болт, или в отличном тесте на тему инклюзивности в спорте («Угадай вид спорта по внешнему виду спортсмена»).

Синтез нескольких подходов часто даёт крутой результат. Reshaping New York — в проекте «Как менялся Нью-Йорк» круто замешана анимация, инфографика и картография.

Хоть мы и говорим про содержание, форма сама по себе может быть частью истории. Круче всех, на мой взгляд, с формой обращается Bloomberg.

- Список "Fifty Most Influential".
- Анализ возможных мировых сценариев в 2016 году в формате слайд-шоу.
- Ещё один список.
- Восьмибитный комикс.

Bloomberg является ярким представителем стиля, называемого сейчас «веб-брутализм». Я думаю, что это просто честный подход к работе с материалом на уровне формы.

Как вы заметили, все вышеприведённые примеры либо из The New York Times, либо из Bloomberg. Это не значит, что другие не делают хорошие проекты, просто

я чуть не сошёл с ума, пытаясь выбрать несколько наиболее наглядных ссылок из пары сотен, в итоге получилось так, как получилось.

В российских медиа тоже периодически появляются неплохие истории.

- Проект «Яндекса» к дню рождения Фредди Меркьюри.



- Большая и серьёзная история «Секрета фирмы» совместно с «Рамблер-инфографикой» про советско-российскую систему исполнения наказания.

Возвращаясь к инструментарию — Readymag и Tilda зарекомендовали себя как отличные платформы для разного рода экспериментальных историй, не требующих сложного фронтенда. В примеры попали два архитектурных проекта.

- Арт-проект Антона Реппонена про здания, выдернутые из привычного контекста.



- Проект про конструктивистские здания.

Помимо отдельных проектов надо отметить и дизайнеров (коллективы), за которыми стоит следить (это далеко не полный список).

- Конечно, The New York Times (подборка от газеты за 2017 год).
- Уже не раз упоминавшийся Bloomberg. У него даже есть специальный раздел с визуальными историями, и публикуются регулярные подборки (например, за 2017 год).

- Washington Post также радует регулярными визуальными историями и инфографикой (подборка за 2016 год).
- Wired — отличное издание, но большая часть визуальной красоты прячется в бумажной версии журнала.
- Кристоф Ньюман — знаковая фигура, один из самых известных мировых иллюстраторов, работающий с The New Yorker (на который, кстати, тоже стоит посматривать). Может сделать историю из чего угодно. Активно экспериментирует с 360-video, AR и VR.
- Молодая, но очень сильная студия Polygraph, которая недавно запустила собственное медиа The Pudding — a weekly journal of Visual Essays.

В России сразу несколько студий занимаются сторителлингом в медиа (чаще всего называя это инфографикой, но не будем придираться к терминам).

- Студия инфографики ТАСС с помощью Readymag уверенно движется вперёд. Например, проект про вторжение Наполеона в Россию, основанный на классической карте Шарля Минара.



- Самые старые и заслуженные игроки на рынке — студия инфографики РИА.

Кстати, на правах автора хочу также похвастаться парой примеров проектов, которые мы делаем в нашей «Студии интерактивных проектов». Это примеры в том числе того, как аудиторная история может быть совмещена с рекламной к взаимной выгоде читателя и заказчика.

В нашей индустрии это называют нехорошим словом «спецпроекты» или (что лучше) «нативной рекламой», хотя термин «нативная реклама» не очень подходит для относительно (или откровенно) кастомных (штучных) проектов.

- Презентация военной техники для УВЗ.



- Рассказ про историю искусственного холода для Miele.

Из близких по жанру также стоит отметить уже упоминавшийся «Яндекс», периодически экспериментирующий с разными форматами историй. Вот, например, виртуальное восхождение на Эверест и (пока) маленький, но гордый коллектив JSKT data group, работающий на стыке больших данных и сторителлинга.

И разумеется, надо смотреть на конкурсы. Точнее, на списки работ-победителей. Исторически сложилось, что большинство работ в формате сторителлинга группируется на конкурсах инфографики. И сама инфографика (по крайней мере, в медиа) постепенно смещается от дашбордов к историям.

Здесь наибольший интерес представляют три конкурса — Malofiej (не пытайтесь найти список финалистов самостоятельно — вот он), SND Awards (список призёров 2017 года) и Information is Beautiful (хотя последний всё же больше тяготеет к инфографике в её классическом понимании, чистого сторителлинга там немного.

Важный совет — не стоит пренебрегать референсами из офлайна. Мир журнальной, газетной и книжной вёрстки, мир плаката за последние 150 лет накопили огромное количество визуальных приёмов и примеров высококлассной работы. Здесь сложно посоветовать источник референсов лучший, чем Pinterest — десятки досок с работами самых известных дизайнеров от времён Баухауза до наших дней.

1. Учебная дисциплина. ДИЗАЙН СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 2. СТАНОВЛЕНИЕ МЕДИАДИЗАЙНА

Тема 2.2. Этапы становления медиадизайна

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Этапы становления медиадизайна; революция 1905 г. и появление партийной прессы, издания И.Д. Сытина и А.С. Суворина,	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 2.2. Этапы становления медиадизайна

Во все времена достижения техники и технологии не только улучшали условия труда и качество конечного продукта, они открывали новые горизонты, в том числе и в искусстве.

Практически всегда человек прямо или косвенно использовал технические и научные открытия для художественного самовыражения. Искусство можно назвать одной и жизненных функций общества. На протяжении всей истории человечества мы наблюдаем

связь бытового, повседневного, и высокого, художественного.

С помощью каменных орудий первобытные люди строили жилища и охотились, но

ими же высекали рисунки на скалах и стенах пещер. Ткачество позволило создавать не

только одежду, защищающую от холода, но и декоративные гобелены. Открыти древними римлянами бетона удешевило строительство и привело к появлению новы форм в архитектуре – куполов и арок. Изобретение бумаги и книгопечатание сделал накопленные веками знания доступными для всех, стало возможным тиражировании художественной продукции.

Начнем с того, что дизайн для телевидения охватывает огромный спектр более узких задач и специальностей. Но и сам он принадлежит к более широкой и древней области,

которую можно назвать медиадизайном. Дизайн носителей информации и способов

подачи этой самой информации — огромная отрасль, по своему влиянию на цивилизацию

сопоставимая с металлургией или химией. В определенном смысле, не будь медиадизайна,

не было бы ни металлургии, ни химии, ни медицины — начиная с определенного этапа

развития этих дисциплин, они не могли обойтись без грамотных, структурированных,

удобных в пользовании текстов с картинками. Любая письменность уже сама по себе

требует порядка в размещении информации, зачастую с учетом жестких эстетических

норм. Но еще сложнее приходится астрономии или географии, а уж тем более религии и

всем тем областям жизни, которые связаны с человеческими чувствами. Распространение

знаний и опыта здесь настолько плотно связано с визуальным рядом, что мы можем смело

сказать: не научись люди рисовать, они остались бы обезьянами.

Интересно, что в ранних цивилизациях талант художника был немедленно поставлен на

службу социальным институтам, главным из которых тогда была религия —пусть даже

самая примитивная. Тогда искусство было куда более функционально, чем сегодня, и поэтому можно считать, что медиадизайн входит как минимум в десятку древнейших

профессий мира, безусловно, уступая двум первым, но наступая на пятки жрецам и

вяльщикам мяса. Во всех цивилизациях Земли обязательно был очень мрачный период,

когда всё изобразительное искусство было на сто процентов сведено к медиадизайну, то

есть жестко регламентировано и нацелено на решение практических задач господствующей власти. Через это прошли египтяне при Хеопсе и китайцы при Цинь Ши,

Европа —в средние века, Германия и СССР —в XX столетии, и даже ≪великие и свободные≫ Соединенные Штаты время от времени балансируют на грани. Потребность в медиадизайне нынче становится чуть ли не острее потребности в нефти.

Великий дизайнер Милтон Глейзер, изобретший (среди прочих великих трудов) знаменитый логотип I♥Y, в своей книге ≪Искусство —это работа≫ приводит некий

список ≪10 ступеней в ад для дизайнера≫. Полностью отдавая себе отчет в том, что дизайн есть эстетическое решение практических задач, он, тем не менее, проводит определенную этическую черту для такого рода прагматики. И нельзя забывать, что именно медиадизайн, в отличие от дизайна интерьеров, моды, транспортных средств или архитектуры, непосредственно и агрессивно воздействует на эмоции и характер человека, предопределяя его поведение в обществе. Социальная ответственность медиадизайнера во сто крат выше, чем у проектировщика автомобильных фар, хотя последний, безусловно,

стоит куда ближе к прямому лишению жизни своих соплеменников. Медиадизайн в очень

развитой форме присутствует уже в древних рукописях —формат, достигший своего пика

в трудах переписчиков средневековых монастырей. Наилучшим образом эта работа

представлена в великом романе Умберто Эко ≪Имя розы≫, где красочно описано

посещение скриптория. В эту пору, за отсутствием телевидения, плакатов и газет,

медиадизайн распространился даже на архитектуру (что повторилось в Германии, США и

Советском Союзе прискорбно памятной середины XX века). Умберто Эко, если кто не знает, только во вторую очередь писатель (бранное, см. ≪Дэн Браун≫), а в первую —замечательный и целеустремленный ученый, которому именно средние века дали наибольшую почву для размышлений о развитии образной и знаковой системы человечества и о роли медиа в этом процессе. Эко написал несколько ярких статей и эссе о современных медиа.

Независимо от трех разных технологий применения золота в ≪иллюминированных≫ заставках (еще не телевизионных!) древних гримуаров, полученное изображение должно было будить строго определенные эмоции и не провоцировать на нежелательные эффекты. Медиадизайн в чистом виде. Кроме того, именно тогда появились очень четкие схемы верстки текста, и даже некие намеки (первые приближения) к тому, что позже превратилось в сетку: выверенные соотношения объема и крупности текста, ширины полей и разбиение на главы, с выделением главных фрагментов. Новый толчок развитию медиадизайна дал Гутенберг. Не он изобрел, но он первым внедрил в коммерческое использование малотиражную печать с одного оригинала. Мало того, его собственные изобретения заметно облегчили и упростили процесс и сделали его популярным. Теперь заказчик мог быть уверен, что дизайн-решения, заложенные в его Библию или Свод Законов его собственным (и подконтрольным) дизайн-бюро, будут стопроцентно соблюдены во всех ста или тысяче экземпляров. Именно здесь в медиадизайне возникло окончательное разделение на тех, кто придумывает (см. Значение слова design в словаре), и тех, кто воплощает —в данном случае, печатает. Запомните эту фазу развития событий, она очень важна, потому что повторяется с пугающей регулярностью.

Очень хорошее изложение этих стадий развития дает Филипп Меггс в своей ≪Одной из возможных версий истории графического дизайна≫ —основательное, умное и захватывающе интересное сочинение, которое обязан прочесть каждый без исключения дизайнер, особенно начинающий (Philip B. Meggs, A History of Graphic Design). Честно скажу, с ходу прочесть ее трудно —это очень толстая книга, но читать ее (а также Миллера, Рэнда, Эко, Дагласа Адамса и Стругацких) настоятельно рекомендую, особенно студентам, хотя бы ночами, от корки до корки. Это отличный материал и для знаний, и для споров, и для поиска собственного пути.

Дальше всё стало происходить стремительнее и куда интереснее. Например, появилось радио. На первый взгляд, это никак не связано с визуальной культурой. Но после нескольких десятилетий функционального развития и у радио возникла потребность в визуальном представлении. Есть блестящие примеры продвижения радио в среде графического или телевизионного дизайна (радио CBS в 60е-70е, BBC в 80е, или уже более современные образцы, не исключая Россию). Это, безусловно, медиадизайн.

Кино! Поначалу, как и радио, кино не испытывало потребности в дизайне. Нет смысла рассказывать историю кино, но медиадизайн пришел в эту область двумя путями. Первый —это создание специфических объектов внутри кадра, то есть не строительство салунов, а рисование вывесок на салунах и денег для расчета внутри этих салунов (сегодня это переросло в рисование компьютерных интерфейсов и проектирование несуществующих рекламных носителей). Второй путь более очевиден: афиши для кино, создание рекламных трейлеров, а также создание эффектных начальных (и конечных) титров, которые со времен Сола Басса зачастую становятся лучшей и самой прибыльной частью всей картины. По

большому счету, если поначалу кино прекрасно обходилось без дизайна, то сейчас возникла чудовищная потребность именно в нём. Это последний шанс кино устоять перед напором новых предложений зрителю: наркотических веществ, с одной стороны, путешествиями и иными хобби —с другой, и более дешевыми медиапродуктами - с третьей.

Одним из этих медиапродуктов (огромной разрушающей силы) стало телевидение. Ему мы и посвятим большую часть всех последующих материалов. Но было бы нечестно не сказать о следующем этапе приложений медиадизайна, именуемом Интернет.

Со стороны тех, кто работает в ТВ, было уже очень много разных оценок и прогнозов на эту тему, и весьма интересных. Мне кажется, что мы снова имеем дело с традиционным процессом преемственности технологий: каждая следующая отнимает, ≪присваивает≫ у предыдущей целый ряд возможностей —но никогда это не случается на 100%. Кино не

отменило ни радио, ни фотографию, фото не отменило живопись, и так далее. Но кино и

фото убили в живописи реализм (за ненадобностью), а радио очень многое отняло у газет,

литературы и музыки. Интернет —пока всё еще только технология, которая отобрала у

телевидения, радио и газет злобу дня (новости и комментарии появляются на несколько

часов раньше), но не изменила сути медиа: теперь это интернет-газета, интернет-ТВ и

интернет-радио. Телевидение как носитель информации и эмоций остается телевидением

и в рамках сетевого протокола. Что в Интернете реально нового? Это возможность peer-to-peer, одноуровневого общения между людьми. И это диктует новые потребности в медиадизайне, которые зачастую не существовали прежде.

1. Учебная дисциплина. ДИЗАЙН СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 3. МАКЕТ ИНТЕРНЕТ-ВЕРСИИ СМИ. ИГРОВЫЕ ПРАКТИКИ В МЕДИАДИЗАЙНЕ

Тема 3.1. Макет и его компоненты. Типы макета в веб-дизайне

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Макет и его компоненты. Типы макета в веб-дизайне (новостная заметка, репортаж, интервью); новые формы предоставления контента в печатных СМИ	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 3.1. Макет и его компоненты. Типы макета в веб-дизайне

Макет сайта — это предварительный, черновой эскиз сайта, который определяет его будущий дизайн. Под дизайном понимается не только внешний вид веб-ресурса, но и его функционал. Здесь заказчик может оценить цветовую схему, типографику, кнопки, порядок элементов и прочее. При этом М. не является прототипом или традиционной схемой — это нечто среднее между этими двумя понятиями.

Простыми словами, макет — это графическое представление будущего сайта, его дизайн и функциональное воплощение.

Зачем нужен макет

Тестирование дизайна — одна из главных функций. Макет позволяет дизайнерам протестировать свои идеи и концепции, посмотреть, как они будут выглядеть, функционировать в реальности. Но дизайном назначение М. не ограничивается. Ниже рассмотрим и другие его функции.

Прототипирование

Эскиз можно использовать в качестве прототипа для тестирования функциональности, проверки юзабилити и удобства. Ведь прежде чем вкладывать время и ресурсы в создание настоящего веб-ресурса, важно убедиться в том, что все работает как надо.

Планирование

М. можно использовать для планирования структуры будущего ресурса: размещение элементов на странице, структура и навигация. Также они идеальны для создания мокапов — низкоточных набросков страниц разного типа.

Тестирование и отладка

Удобно применять и для тестирования, а также отладки HTML, CSS и JavaScript.

Правила создания макетов сайтов

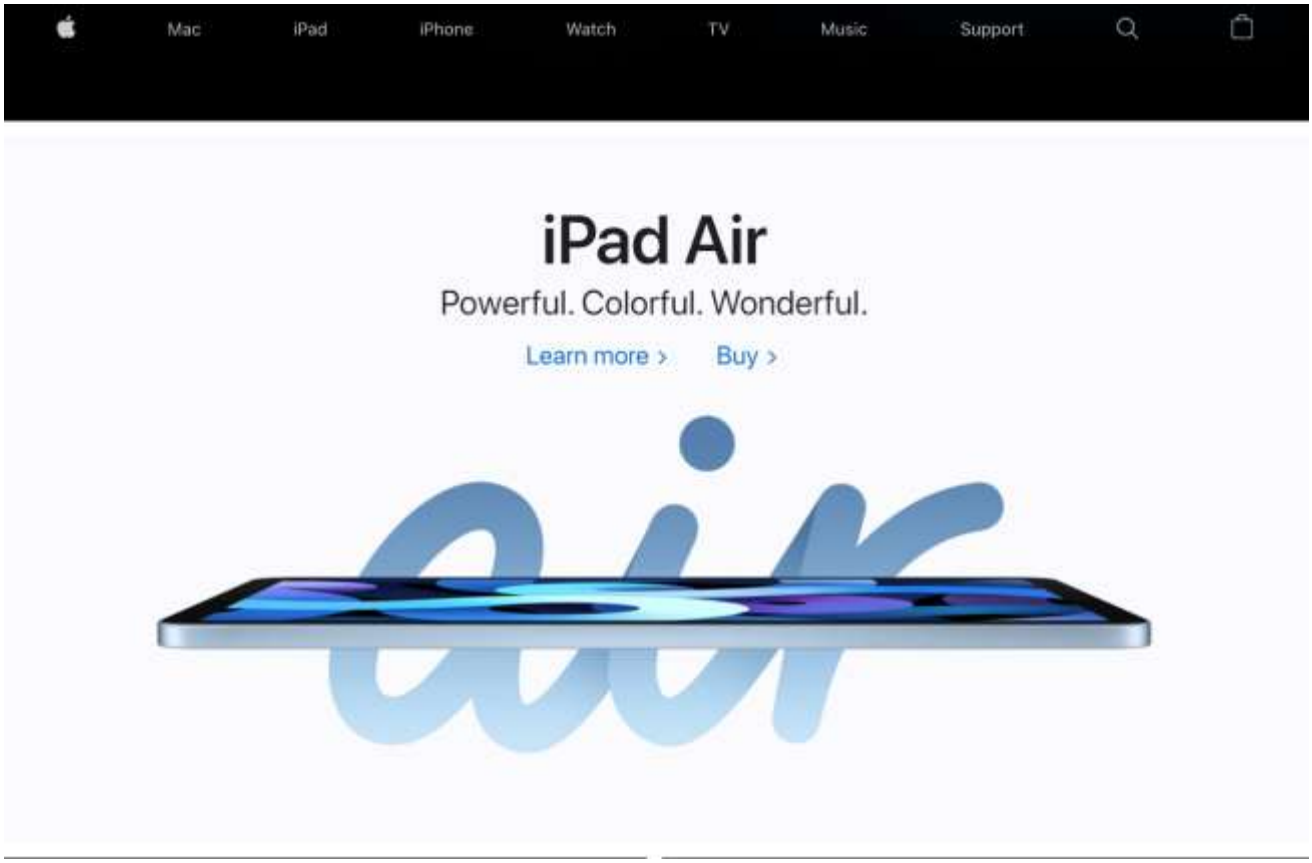
Следуя правилам ниже, вы сможете создать хорошо продуманный макет, который эффективно передаст ваш месседж и обеспечит положительный пользовательский опыт.

Дизайн пользовательского интерфейса

- Помните о пользователях — разрабатывайте дизайн с учетом их потребностей, а также целей использования сайта.
- Используйте понятную и последовательную навигацию и убедитесь, что на сайте легко ориентироваться.
- Используйте интуитивно понятные значки и визуальные элементы.
- Убедитесь, что сайт адаптивен и хорошо работает на разных устройствах.

Композиция на странице

Используйте четкую иерархию для организации контента и привлечения внимания пользователя.
Задействуйте «воздух» — для создания баланса и ясности.

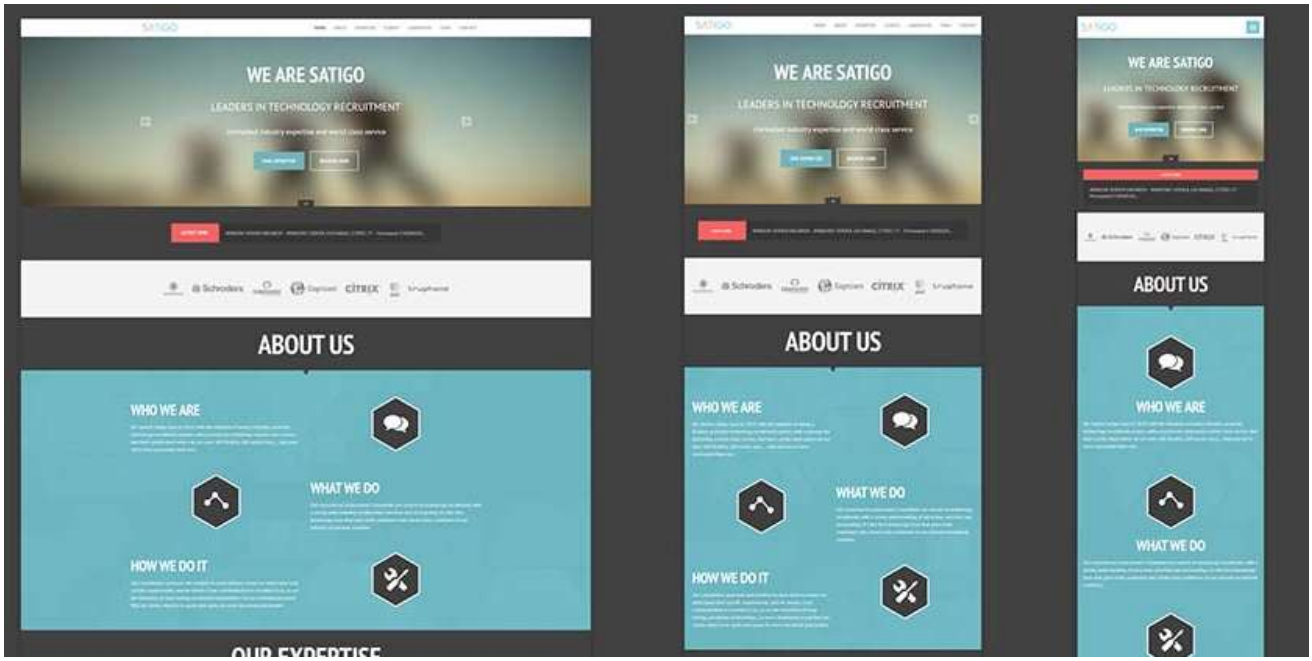


Воздух — пустое пространство, не занятое элементами макета

Добавьте изображения, анимацию, видео и инфографику, чтобы разделить текст и разнообразить визуал.

Адаптивная верстка

Используйте адаптивный дизайн, без него в 2023 году никуда. Неудобный для просмотра на мобильных устройство сайт, который не адаптируется к различным размерам экрана и устройствам — деньги в трубу.



Так выглядит главная страница на разных устройствах, благодаря адаптивному дизайну

Протестируйте сайт на разных устройствах и с разными размерами экранов, чтобы убедиться, что он хорошо выглядит и функционирует.

Используйте гибкие сетки, которые могут адаптироваться к различным размерам экрана.

Типографика

Выбирайте продуманные шрифты. Они должны гармонировать с визуалом веб-ресурса, быть четкими, разборчивыми, соответствовать фирменным цветам бренда.

Используйте типографику для выделения контента. Например, подзаголовки помогут создать четкую иерархию информации.

Вторая важная задача, которую нужно обеспечить через проработку типографики — создать максимальный комфорт при чтении: удобный размер шрифта, высота строк и т. д.

Цвета

Выбирайте цвета, которые соответствуют фирменным цветам бренда. Кроме того, цвета должны гармонировать визуалом веб-ресурса, создавать соответствующее настроение.



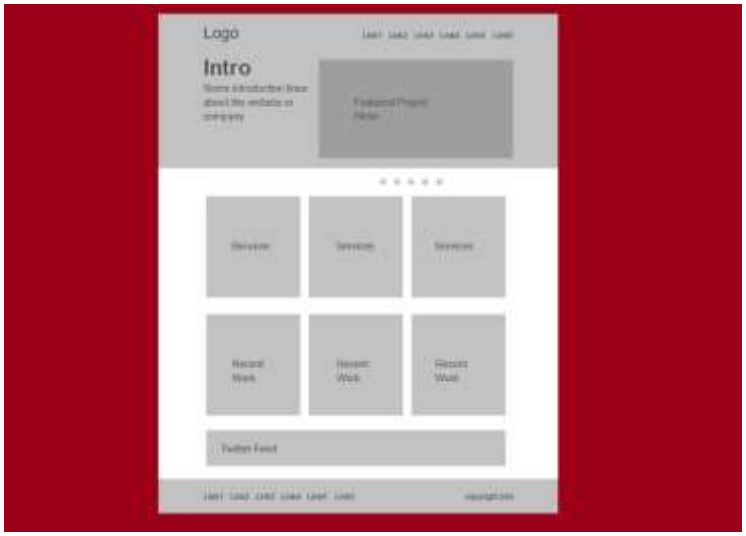
Сайт Apple использует белый и черный цвет в качестве основной палитры

Чтобы создать визуальный интерес и направить взгляд пользователя, используйте контрастные цвета.

Последовательно используйте цвета по всему сайту, а не где-то в одном месте. Важно сформировать максимально целостный внешний вид для всех страниц.

Пример макета

Так выглядит типичный его пример:



Черновой вариант эскиза (в стадии мокапа)

Этапы разработки макетов

Мы объединили все шаги в шесть этапов, и вот что нужно делать.

1. **Определите цели работы и характеристики:**
    - Цель и задачи будущего сайта.
    - ЦА и ее потребности.
    - Функциональные возможности будущего ресурса.

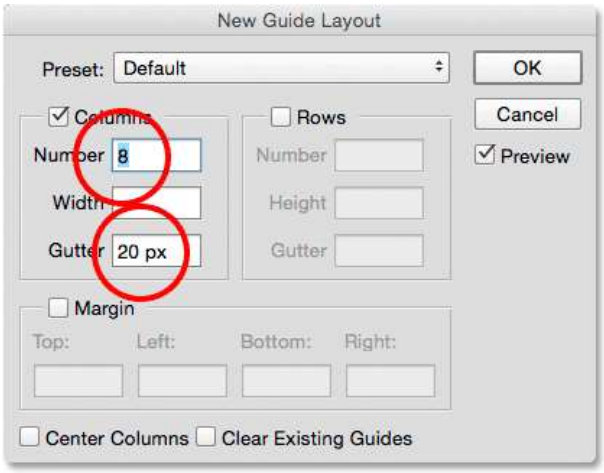
- Стиль и визуал.

2. **Спланируйте структуру:**
   - Разработайте карту сайта.
   - Определите основные разделы и подразделы веб-ресурса.
   - Определите иерархию содержимого (страница, раздел, рубрика и так далее).
   - Спланируйте навигацию и взаимодействие с пользователем. Важно определить, для чего создается сайт и какие задачи он должен выполнять. Это и поможет определить, какие функции и возможности должны быть на сайте, а также как они должны быть организованы.
3. **Нарисуйте прототип для утверждения структуры:**
   - Создайте макет низкой точности. Обычно он включает в себя логотип, меню, основные разделы и контент. Может иметь низкое качество изображения или неполную информацию.
   - Используйте текст-заполнитель и заглушки для изображений, чтобы сформировать первоначальное представление о дизайне веб-ресурса.
   - Протестируйте прототип с пользователями, чтобы собрать отзывы.
   - Доработайте прототип на основе отзывов.
4. **Разработайте дизайн:**
   - Соберите и доработайте элементы дизайна: цвета, шрифты, изображения, иконки.
   - Создайте руководство по стилю, чтобы обеспечить согласованность визуала.
   - Разработайте дизайн страниц. Особенное внимание нужно удалять главной странице, а также всем целевым страницам.
   - Создайте дизайн мобильной версии.
5. **Создайте окончательный дизайн:**
   - Скомпонуйте его из уже разработанных элементов. Дизайн должен быть визуально привлекательным.
   - Убедитесь, что М. адаптивен и хорошо работает на разных устройствах.
   - Протестируйте дизайн с пользователями, чтобы собрать фидбек.
   - Доработайте дизайн на основе отзывов пользователей.
6. **Передайте мокап дальше.**
   - Предоставьте окончательный дизайн заказчику или верстальщику.
   - Убедитесь, что дизайн совместим с CMS.
   - Предоставьте заказчику любую необходимую документацию или руководство по внедрению макета.

Как создать с нуля в Photoshop

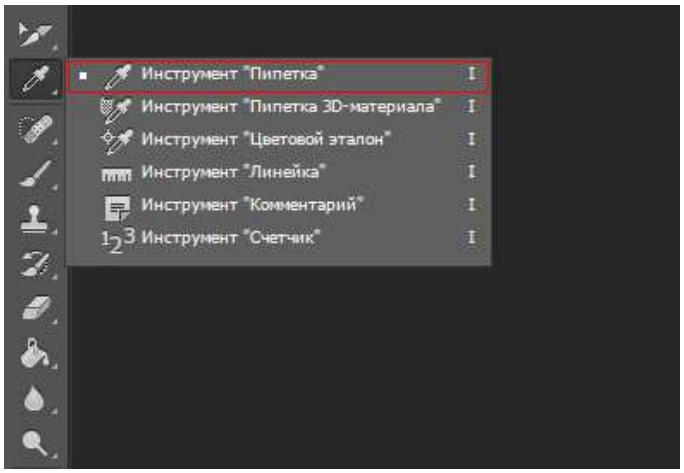
Вопрос в заголовке из разряда «объять необъятное». Но мы все равно попытаемся ответить на него максимально емко и с пользой.

Открываем Photoshop и создаем новый документ с размерами, подходящими для веб-страницы. Переходим в меню View и выбираем New Guide Layout для настройки столбцов и строк.



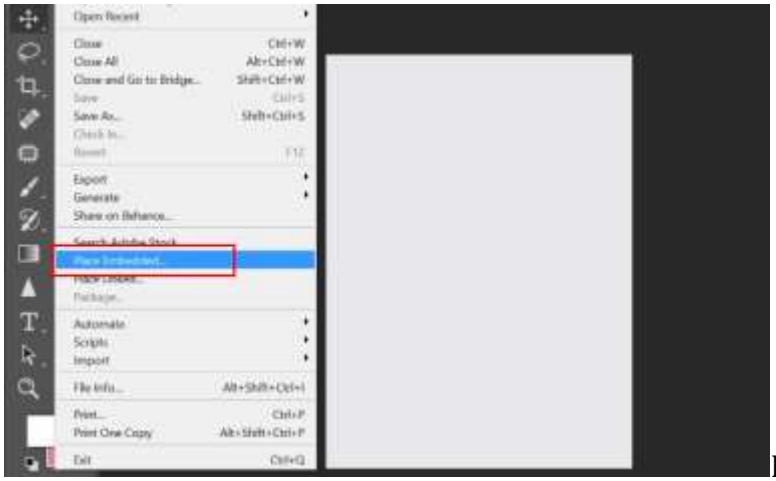
Здесь задаем параметры столбцов и строк

Выбираем основной, дополнительный и акцентный цвета с помощью инструмента Color Picker и сохраняем их на панели.



Нужный нам инструмент

Используем инструмент прямоугольник — для создания баннера в верхней части страницы и добавляем логотип с помощью функции Place Embedded.



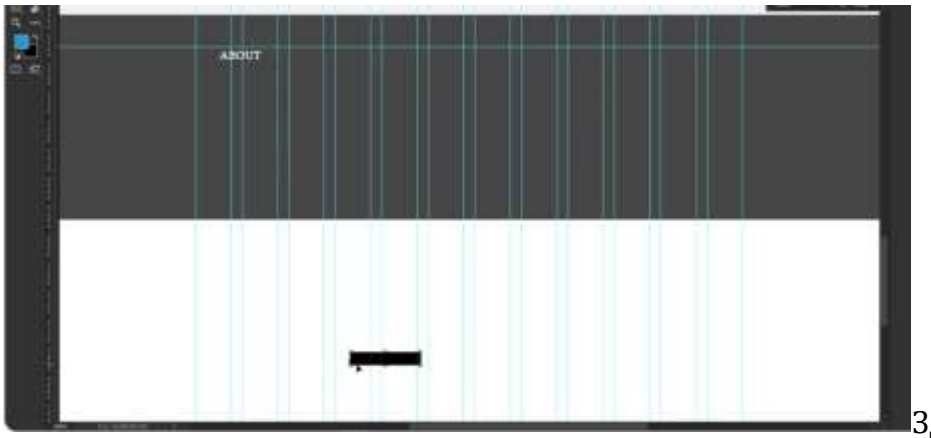
Нажмите здесь

Используем инструмент прямоугольник — для создания секций под контент и добавления изображений, заголовков и основного текста.



Компонуем макет

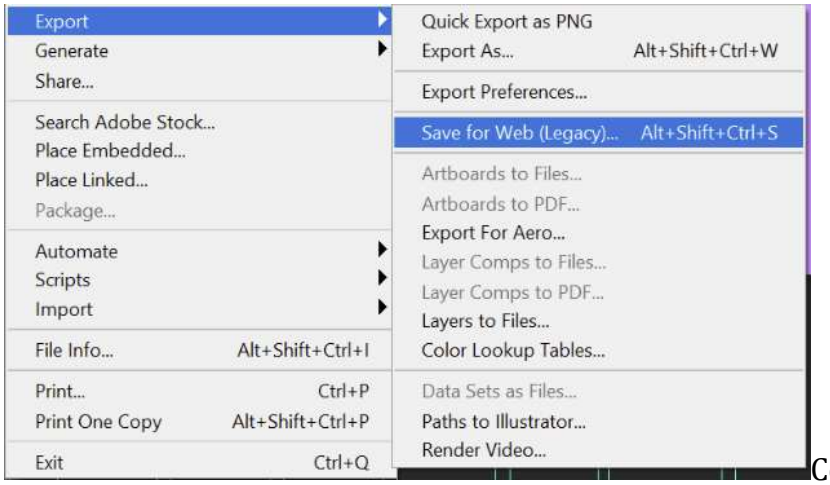
Создаем еще один прямоугольник в нижней части страницы и добавляем контактную информацию, иконки социальных сетей и ссылки на документы.



Здесь мы обошлись инструментом Text

Продолжаем добавлять новые элементы и группируем слои, относящиеся к каждому разделу. Проверяем дизайн на согласованность и отрегулируем неправильно расположенные элементы при необходимости.

Экспорт для сайта: если дизайн готов, выбираем подходящий формат (обычно JPEG или PNG) и сохраните файл с помощью меню File > Export > Save for Web.



Сохраняем изображение для веба

Для чего **панель слоев** — для упорядочения слоев в нужном порядке. Вы также можете использовать панель «Стили слоя» для добавления к слоям теней, градиентов и текстур.

Для чего **линейки и направляющие** — для выравнивания элементов на странице и создания согласованной сетки.

Для чего **пипетка** — для выбора цветовой схемы для вашего макета, соответствующую вашему бренду или теме. Вы также можете использовать цветовую панель для добавления цвета к тексту и значкам.

Для чего панель **«Типографика»** — для выбора шрифтов макета, настройки их размеров и параметров. Для добавления специальных символов — используем панель «Символы».

Сохраните дизайн в виде PSD-файла, а затем экспортируйте его в формате JPEG или PNG.

Основные элементы макета

- Заголовок — верхняя часть страницы. Обычно в шапке есть логотип, навигационное меню и другая важная информация. Шапка — первое, что видят посетители, когда заходят на сайт, поэтому важно сделать ее визуально привлекательной и функциональной (но — не перегружать).
- Нижний колонтитул — важен почти также как и шапка. Обычно в нижнем колонтитуле дают информацию об авторских правах, публикуют ссылки на политики и правила (включая политику конфиденциальности), другие важные страницы. В нижнем колонтитуле обычно размещают ссылки на сообщества сайта в соцсетях и на каналы в мессенджерах.
- Боковая панель, он же сайдбар — вертикальная колонка сбоку страницы, которая содержит дополнительную информацию, либо — элементы навигации. Сайдбар часто используется для вывода категорий, тегов и новых страниц. В сайдбар очень часто пихают виджеты.

- Логотип — нельзя не сказать о нем, когда речь заходит об основных элементах М. Логотип относится к визуальной айдентики бренда, вот почему его выводят на самом видном месте, обычно — в шапке или заголовке страницы.

Где взять готовый образец для сайта

Готовые дизайны в виде мокапов можно за секунды найти на Dribbble или ThemeForest. Также можно обратиться к услугам веб-дизайнеров и фрилансеров, которые смогут создать эскиз под ваши требования.

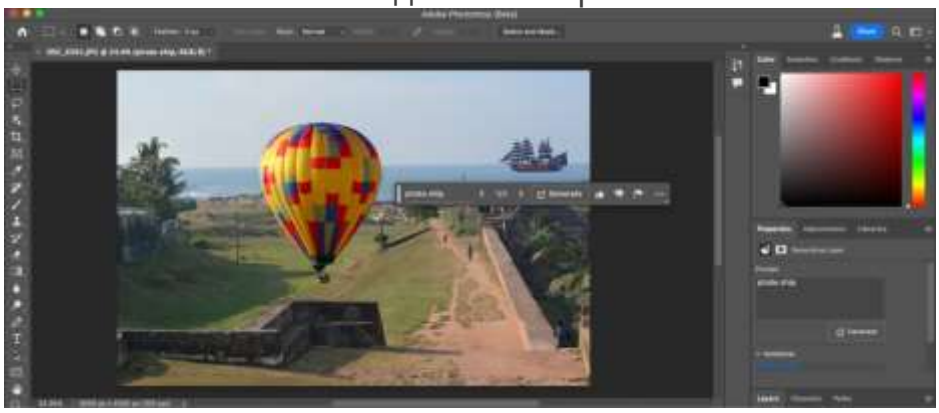


Готовый дизайн, который автор опубликовал на Dribbble и ThemeForest

Инструменты для макетирования

Рассмотрим пять лучших инструментов для тех, кто хочет оптимизировать работу специалиста.

Adobe Photoshop — самый популярный графический редактор, который можно использовать и для макетирования.


Версия Adobe Photoshop 2023 года

Figma — крутейший онлайн-сервис для создания прототипов и дизайна интерфейсов. Имеется большой выбор инструментов для тех, кто хочет поставить производство макетов на поток. А еще есть бесплатный тариф.



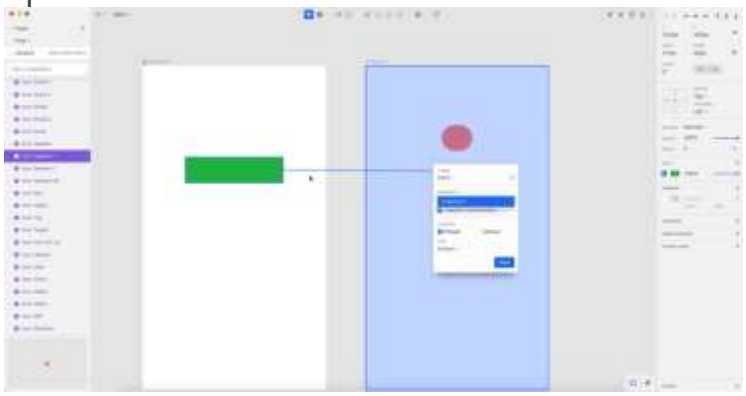
Обновленная версия Figma

Sketch — векторный графический редактор для macOS от Bohemian Coding в котором есть инструменты для макетчика с большим количеством шаблонов. Удобно делать интерфейсы, удобно дорабатывать чужие работы.



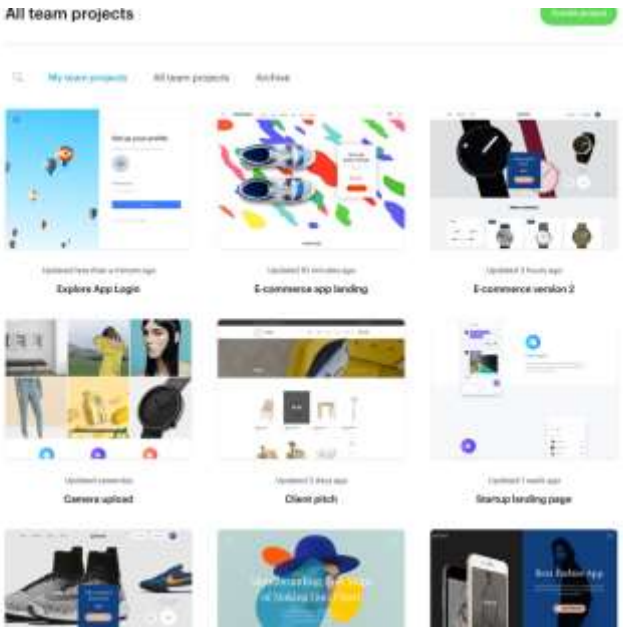
Интерфейс редактора Sketch

InVision — онлайн-платформа для создания интерактивных прототипов сайтов и приложений. Есть зачаточный набор инструмент для работы с прототипами.



Интерфейс InVision в обновленной версии

Marvel — инструмент для создания прототипов, который легко, быстро и функционально интегрируется с основными инструментами разработки.



Интерфейс Marvel

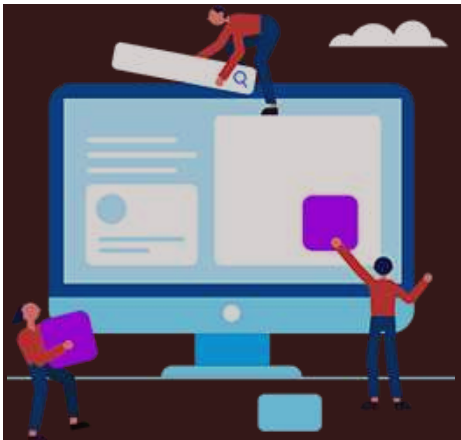
Ну и обязательно посмотрите в сторону Bootstrap и Foundation — если нужны готовые решения для быстрого веб-макетирования.

Распространенные ошибки при макетировании

- Неправильный выбор цветовой гаммы — одна из самых частых ошибок в веб-макетировании. Закон простой: все цвета должны быть гармоничными и не вызывать раздражения у пользователей.

- Неправильное расположение элементов — также встречаются очень часто у новичков. И особенно эта ошибка опасна для мобильных пользователей, ведь на небольших экранов расположение элементов критически важно. Так слишком маленькая кнопка (или находящаяся слишком близко к другому элементу) — ошибка в юзабилити и она прекрасно считывается Google (появится соответствующее замечание в Search Console, в ошибках покрытия). Элементы на странице должны быть расположены таким образом, чтобы они не мешали друг другу и были легко доступны для пользователей.
- Адаптивность — макет должен быть адаптирован под различные устройства (точнее — под разные разрешения экранов).

- Перегруженность информацией — также ошибка. Слишком продолжительные блоки с текстом или изображениями затрудняют «сканирование» страницы пользователем, восприятие контента ухудшается.



Создание сайтов

- Разработка эффективных сайтов для продаж в интернете.
- Создаем сайты с нуля любой сложности, от сайтов визиток до интернет-магазинов и крупных порталов.

Коротко о главном

- Макет — это предварительный вариант дизайна, который позволяет увидеть, как будут выглядеть все элементы на странице.

- Он нужен для того, чтобы проверить, насколько удобно будет пользоваться сайтом посетителям, и внести необходимые изменения еще до начала разработки.

- Помогает определить, какие элементы нужно добавить или убрать, чтобы улучшить восприятие информации на странице.

- Позволяет оценить, насколько эффективно будут работать все элементы сайта вместе, и как они будут сочетаться с другими элементами на странице.

- Вайрфрейм, прототип и мокап — все эти стадии дизайна можно объединить и в том или ином виде можно назвать дизайн-макетом.

1. Учебная дисциплина. ДИЗАЙН СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 3. МАКЕТ ИНТЕРНЕТ-ВЕРСИИ СМИ. ИГРОВЫЕ ПРАКТИКИ В МЕДИАДИЗАЙНЕ

Тема 3.2. Игра как стимулирование покупки продукта для поколения Y и Z. Игровые механики. Визуальные особенности развития игровых механик

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Редактирование журналистских текстов, задачи редактора отдела, критерии успешности редактирования, типичные ошибки авторов, виды редакторского чтения, приемы редакторской правки, алгоритм быстрого редактирования текстов.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Работа с аудиодорожками и клипами	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 3.2. Игра как стимулирование покупки продукта для поколения Y и Z. Игровые механики.

Привыкли, что к продажам нужно подходить серьезно? Превратите процесс в игру для покупателя – и вы не только перевыполните план, но еще и получите постоянных клиентов.

Игры существуют со времен зарождения человечества. Конечно, за тысячелетия они претерпели серьезные изменения. И если раньше игра была просто для игры, то сегодня геймификация становится самым настоящим оружием в руках грамотного маркетолога.

Ксения Левшина, Менеджер PR-проектов коммуникационной группы iMARS

Геймификация очень многогранный прием, который представляет собой комплекс наук: геймдизайн, бихевиористская (поведенческая) экономика, нейробиология, бихевиористская и когнитивная психология. И это один из

эффективных способов показать клиентам и партнёрам новую систему отношений, сделав покупателя участником игры с возможностью получить ценный приз (ваш товар).

Суть геймификации – превращение в игру процессов и действий, изначально не имеющих к игре никакого отношения. Таким образом, пользователи просто играют, а вы за счет этого решаете серьезные задачи.

Геймификация повышает узнаваемость бренда и увеличивает охват

Люди всегда будут заинтересованы забавными вещами. Геймификация сделает ваш продукт веселым и привлекательным. Используя геймификацию, вы привлечете клиентов, а они – своих друзей.

Если вы будете использовать награды, баллы, уровни (на которых, например, повышаете скидку), люди будут не только пользоваться вашими услугами, но и делиться своими достижениями в игре. Согласно исследованию компании Gigya, посвященному поведению клиентов Pepsi, Dell и Nike, внедрение геймификации увеличило количество репостов в соцсетях на 22%.

Прекрасный пример – приложение для бега Nike Run Club. Оно отслеживает время, расстояние, темп, калории, местоположение. Самое главное – отчетом легко поделиться в социальных сетях. Наверняка вы тоже выдели такие репосты в своих лентах. Такой прием объединяет людей через силу сообщества. Приложение позволяет пользователям персонализировать свою собственную программу обучения, основанную на их текущем уровне. И вот что важно – в нем можно соревноваться в испытаниях, чтобы выигрывать различные трофеи и значки.



А вот какую игру запустила авиакомпания Norwegian в преддверии прошлогоднего Рождества: стилизованный под самолет адвент-календарь с викториной, с помощью которого компания не только предоставила клиентам возможность выиграть дополнительные очки в своей программе вознаграждения, но и узнать больше об акциях и направлениях в игровой форме.



Это интересный способ донести важные сообщения о бренде, программе лояльности и товарах (в данном слувчае - местах назначения, куда можно отправиться, купив билет у Norwegian).

Геймификация ориентирована на миллениалов и поколение Z

Миллениалы росли в эпоху формирования цифрового мира. Они мало восприимчивы к традиционной рекламе. Что уж говорить о Z, которые и вовсе родились со смартфоном в руке. Это истинно визуальное поколение, хотя у них небольшой объем внимания, которое сложно удержать. Отсюда и большие требования к нынешнему цифровому маркетингу, которому нужно чем-то выделиться. Как раз-таки геймификация и даст то самое необходимое преимущество.

Сегодня, перегруженные информацией, люди предъявляют более строгие требования к контенту. Геймификация позволяет сделать все сразу: привлечь внимание, увеличить вовлеченность и в конечном итоге продать больше, сделав клиентов активными участниками, творцами вашего бренда.

Маркетинговая геймификация стимулирует вовлеченность

Геймификация также является отличный инструмент для влияния на поведение пользователей. Самое главное здесь – мотивировать и награждать за участие.

Здесь отличный пример – Facebook (впрочем, как и другие популярные соцсети): вы выкладываете пост, а пользователи ставят вам лайки. Именно они и заставляют людей продолжать публиковать посты.

Конечно, влияние геймификации давно вышло за пределы интернета – вспомним популярную пару лет назад игру Pokemon Go, выполненную на основе AR-элементов. Разработчик предлагает игрокам находить, захватывать, сражаться и тренировать виртуальных существ, которых называют покемонами, которые появляются на экране, как если бы они находились в том же реальном месте, как и игрок.

Маркетинговая геймификация позволяет собирать полезную информацию о вашей целевой аудитории

Например, показывая формы для заполнения данных после игры или объявления, вы можете собрать контактные данные и информацию: имя, адрес электронной почты, адрес проживания. За предоставление подобной информации награждайте пользователя значками, баллами, достижениями.

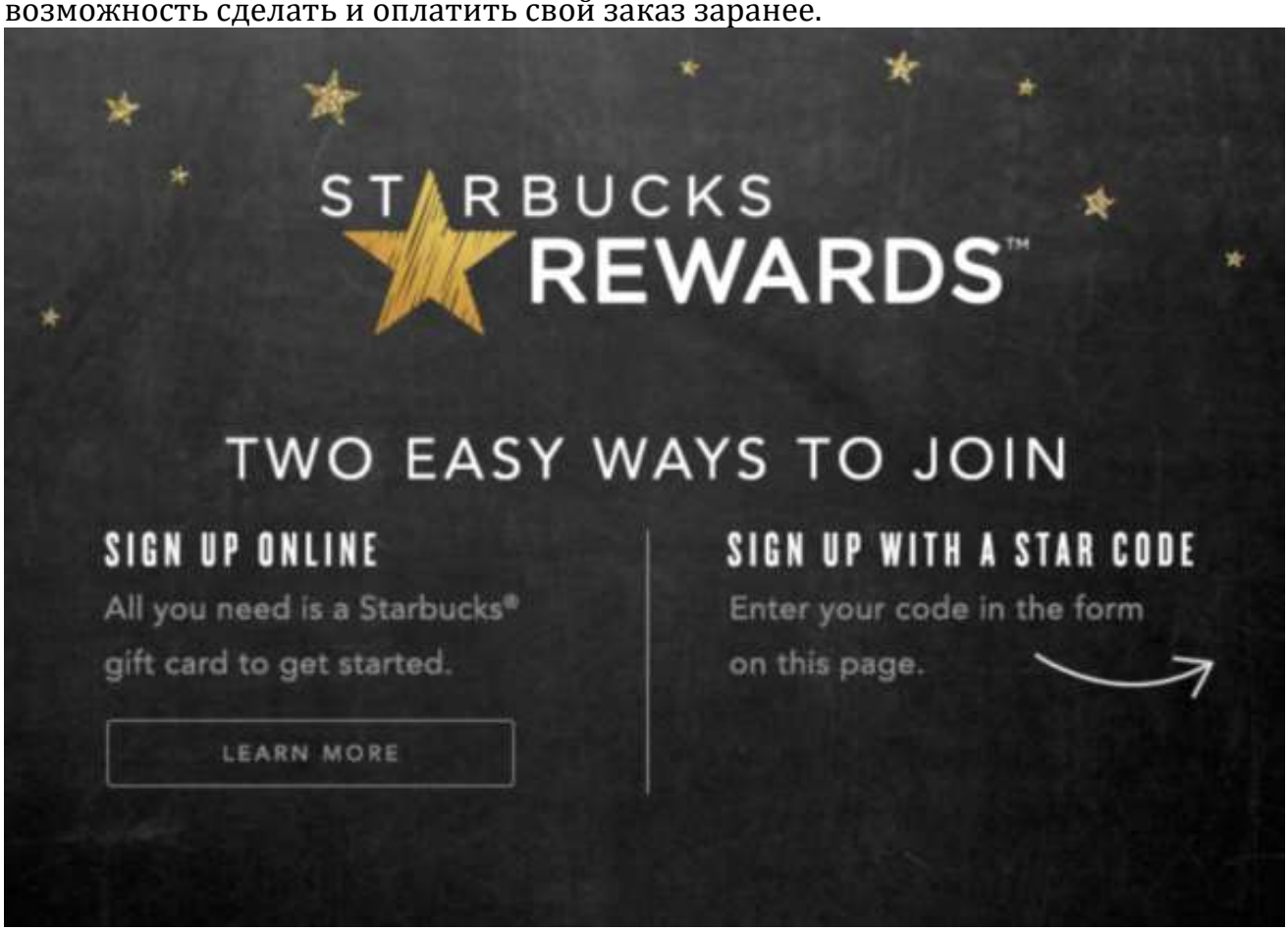
А еще позволит персонализировать впечатление от вашего бренда

Сегментация и персонализация очень важны для повышения конверсии, укрепления доверия и лояльности клиентов. Чем лучше маркетинговые усилия адаптированы к вашей целевой группе, тем более эффективными будут ваши кампании, и тем дольше они будут оказывать влияние на поведение пользователя.

Конечно, клиенту приятнее получать персонализированную email – рассылку, в которой указано его имя и подобран интересный ему контент, но геймификация поднимает персонализацию на другой уровень. Она может подарить вашим клиентам по-настоящему интерактивный опыт, основанный на их предпочтениях и нуждах. А вы сможете создать уникальный игровой опыт и связать его с ценностями вашего бренда. Так вы сможете общаться с клиентами на более глубоком уровне. Почему бы не вознаградить своих клиентов за лояльность к вашему бизнесу, внедрив программу поощрения лояльности?

Чем больше денег ваши клиенты тратят на ваши товары и услуги, тем больше очков и наград они могут заработать. Когда клиент в конечном итоге накапливает достаточное количество баллов, он может обналичить их для получения значительных скидок на будущие покупки. В программе лояльности Starbucks участвуют 16 миллионов постоянных клиентов. Гости возвращаются: им нравится персонализированный подход и широкий спектр вознаграждений для постоянных клиентов. За накопленные звезды можно получить бесплатный

сироп, напиток, выпечку, завтрак, фирменный обед, брендированный стакан или пакет кофейных зерен. Раз в месяц Starbucks организует день двойных звезд для самых азартных клиентов. Гости, которые пришли и сделали заказ в этот день, получают бонусы в двойном объеме. Ну и конечно клиентов привлекает возможность сделать и оплатить свой заказ заранее.



Геймификация надежнее удерживает клиентов и увеличивает их лояльность

Потому что затрагивает такие социальные потребности человека как общение, обучение, конкуренция и достижения. Что может помочь? Веселые мини-опросы и викторины, индикаторы прогресса и тд. Лояльный клиент вернется снова, даже если услуги конкурентов стоят дороже.

Геймификация – отличный инструмент для маркетинговых исследований и получения обратной связи от клиентов

Последнее – всегда непростая задача. Нелегко привлечь людей к заполнению опросов. Однако геймификация позволяет пользователю пройти этот момент будто игру. Что здесь можно использовать? Прогресс-бары, слайдеры, рейтинги, значки, награды и очки. Идея хорошо реализована в приложении, к примеру, Gett: сегодня ты можешь быть «Лордом», а завтра — «Цезарем».

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. ДИЗАЙН СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

РАЗДЕЛ 1. СПЕЦИФИКА МЕДИАДИЗАЙНА

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Трансформация принципов медидизайна в условиях развития телеиндустрии и Интернета	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Медиадизайн как компонент медиатекста; визуальное сопровождение	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

8. Что такое медиадизайн и каковы его основные цели?
9. В чем разница между медиадизайном и графическим дизайном?
10. Какие основные элементы включает в себя медиадизайн?
11. Каковы основные этапы создания медиадизайна?
12. В каких областях и сферах применяется медиадизайн?
13. Какие технологии и инструменты используются в медиадизайне сегодня?
14. Как учитываются особенности восприятия информации с экрана при создании медиадизайна?
15. В чем заключается важность UX/UI дизайна в контексте медиадизайна?
16. Какие виды анимации и интерактивных элементов используются в медиадизайнах?
17. Как медиадизайн может помочь в улучшении пользовательского опыта и привлечении внимания аудитории?
18. Какие стили и направления в медиадизайне сейчас популярны?
19. Какие факторы влияют на стоимость медиадизайна и как их можно оптимизировать?
20. Как создается адаптивный дизайн для разных устройств и разрешений экранов?

21. Какие есть основные ошибки в медиадизайне и как их избежать?
22. Как происходит взаимодействие дизайнера с командой разработчиков при создании медиапроекта?

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия: *Специфика медиадизайна*

Форма практического задания: контрольная работа (реферирование статьи по заданной теме).

Темы контрольных работ

1. Медиадизайн как компонент медиатекста.
2. Влияние телевидения и Интернета на медиадизайн.
3. Система визуальных «маркеров» как принцип медиадизайна.
4. Пространственное расположение визуальных компонентов.
5. Продолжительность, частотность и время вещания в теле- и радиоформатах.
6. Основные принципы веб-организации медиатекста.
7. Формат А3 и его влияние на изменение медиатекста.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – Реферат

1. Понятие медиадизайна
2. Инструменты и методы работы в современном дизайне
3. Развитие визуальной коммуникации и дизайна: исторический экскурс
4. Психофизиология восприятия визуальной информации.
5. Понятный и привлекательный дизайн
6. Приемы визуализации информации.
7. Мультисенсорный и эмоциональный дизайн
8. Оптимизация изображений и видео для веба.
9. Интеграция видео и графики в веб-медиапроекты.
10. Особенности медиадизайна в современных условиях.
11. Роль UX/UI в медиадизайне.
12. Технологии и инструменты, используемые в медиадизайне.
13. Создание адаптивного дизайна для различных устройств и разрешений.
14. Стили и направления в современном медиадизайне.
15. Оптимизация стоимости медиадизайна.
16. Основные ошибки в медиадизайне и способы их устранения.
17. Взаимодействие дизайнера с командой разработчиков в процессе создания медиапроекта.
18. Восприятие информации с экрана в контексте медиадизайна.

Влияние медиадизайна на пользовательский опыт и привлечение аудитории.***Методические рекомендации по подготовке к дискуссии***

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами,

выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. ДИЗАЙН СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

РАЗДЕЛ 2. СТАНОВЛЕНИЕ МЕДИАДИЗАЙНА

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Тенденции в развитии изобразительного искусства, техника и технологии создания медиатекста, информационные потребности общества, определяющие типологическую систему СМИ.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Этапы становления медиадизайна (от графики к графическому дизайну 1870—1920-е гг.; авангард и развитие модернизма. 1920—1980-е гг.;	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Когда и при каких условиях зародился медиадизайн?
2. Каковы были основные функции и задачи медиадизайна в прошлом?
3. Как развивались технологии и подходы к медиадизайну в разные исторические периоды?
4. Кто были наиболее влиятельные дизайнеры и студии, работавшие в области медиадизайна?
5. Каковы были ключевые события и прорывы в развитии медиадизайна на протяжении XX и XXI веков?
6. Как менялась роль и значение медиадизайна в контексте развития медиа и коммуникационных технологий?
7. Какое влияние оказало на медиадизайн появление интернета и цифровых технологий?
8. Какие новые тенденции и направления возникли в медиадизайне в последние десятилетия?
9. Как изменился подход к созданию и восприятию медиадизайна с развитием социальных сетей и мобильных устройств?
10. Какова роль образования и профессиональных ассоциаций в становлении и развитии медиадизайна?

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия: *Становление медиадизайна*

Форма практического задания: Реферат (Доклад).

Темы Докладов

1. Техника и технологии создания медиатекста.
2. Информационные потребности общества и их влияние на медиадизайн.
3. Развитие медиадизайна в 19 – начале 20 века.
4. Авангард и развитие модернизма с начала 20-го века.
5. Постмодернизм и мультимедийность.
6. Дизайн цифровых СМИ.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля –Контрольная работа

1. Какие технологии используются при создания медиатекста?
2. Как влияют информационные потребности общества и на медиадизайн?
3. Как проходило развитие медиадизайна в 19 – начале 20 века?
4. Охарактеризуйте авангард и развитие модернизма с 20-х годов 20-го века. Приведите примеры.
5. Назовите характерные особенности постмодернизма и мультимедийности. Приведите примеры.
6. Чем отличается дизайн цифровых СМИ. Приведите примеры.
7. В чем особенность медиадизайна как компонента медиатекста?
8. Как влияет телевидение и Интернет на медиадизайн?
9. В чем особенность креализованного текста?

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

1. Учебная дисциплина. ДИЗАЙН СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

РАЗДЕЛ 3. МАКЕТ ИНТЕРНЕТ-ВЕРСИИ СМИ. ИГРОВЫЕ ПРАКТИКИ В МЕДИАДИЗАЙНЕ

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Анализ истории аудио культуры XX века и ее направлений	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Аудиокультур	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Основы работы с интерфейсом базовых программных продуктов	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4.	Работа с аудиодорожками и клипами	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

6. Что такое макет интернет-версии медиа и какие задачи он решает?
7. Какие основные элементы должен включать в себя макет интернет-версии медиа?
8. Как игровые практики могут быть использованы в медиадизайне макетов интернет-версий медиа?
9. Каким образом можно создать интерактивный контент для макетов интернет-версии медиа, чтобы привлечь и удержать внимание пользователя?
10. В чем преимущества использования игровых элементов в дизайне макетов интернет-версий медиа?
11. Какие существуют примеры успешного использования игровых практик в медиадизайне интернет-версий СМИ?
12. Какие технические решения используются для создания игровых элементов в макетах интернет-версий медиа?
13. Влияет ли использование игровых элементов на конверсию посетителей в подписчиков или покупателей товаров и услуг?
14. Какие психологические аспекты необходимо учитывать при внедрении игровых практик в дизайн макетов интернет-СМИ?
15. Каким образом создание игровых элементов может помочь улучшить взаимодействие пользователя с контентом интернет-версии издания?

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Тема практического занятия: *Макет интернет-версии СМИ. Игровые практики в медиадизайне*

Форма практического задания: проект.

Тема пректа

Найдите примеры (не менее 3), иллюстрирующие различные подходы к конструированию дизайна интернет-сайтов печатных СМИ. Прокомментируйте каждый из найденных Вами примеров.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – Творческое задание, контрольная работа

1. Перечислите компоненты макета печатного СМИ.
2. Каковы особенности субстраниц в макетах интернет-изданий?
3. Какие существуют типы макетов в веб-дизайне? Приведите примеры.
4. Определение логотипа, титульного комплекса, декоративных и рекламных элементов в веб-дизайне.
5. Назовите игровые практики и игровые механики в СМИ.
1. Как изменился подход к медиадизайну с развитием социальных сетей и мобильной техники?
2. Какова роль профессиональных ассоциаций и образовательных учреждений в развитии медиадизайна?
3. Что представляет собой макет интернет-версии медиа, и какие задачи он призван решать?
4. Как применять игровые практики для улучшения медиадизайна макетов интернет-версий?
5. Какие технические решения используются для внедрения игровых элементов в дизайн интернет-версий медиа?

Творческое задание:

1. Создайте интерактивный элемент для макета интернет-версии новостного сайта, который позволит пользователям почувствовать себя в роли журналиста.
2. Разработайте макет интернет-версии журнала о моде с использованием элементов дополненной реальности, которые позволят пользователям “примерить” на себя различные модные образы.
3. Создайте игровой элемент для макета интернет-версии образовательного портала, который будет стимулировать пользователей к изучению нового материала.

Разработайте интерактивный элемент для макета интернет-версии спортивного журнала, который позволит пользователям соревноваться друг с другом и отслеживать свои достижения.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

1. Учебная дисциплина. ДИЗАЙН СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

РАЗДЕЛ 4. Проектная деятельность по созданию цифрового контента

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Основные понятия в веб-разработке	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Основы языка разметки документов	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Проект: содержание категории содержание деятельности	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4.	Целевая аудитория и планирование	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Аранжировка трека (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
2. Пуант как проблема
3. Новеллистический дискурс и Анекдотический дискурс
4. Катарсис.
5. Проза как поле креатива.
6. Канон как проблема.
7. Сведение треков (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
8. Игра как стимулирование покупки продукта для поколения Y и Z. Игровые механики. Визуальные особенности развития игровых механик (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
9. Создание простого одностраничного сайта (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
10. Создание многостраничного сайта (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)
11. Создание покадрового сценария истории из 6–7 кадров.
12. Создание видеоролика с использованием параллельного монтажа. (самостоятельно выбрав тему, произвести, продемонстрировать)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

Тема практического занятия: ***Основы создания цифрового контента***

Форма практического задания: контрольная работа, дискуссия по темам контрольных работ

Темы контрольных работ:

1. Разработка идеи и целей проекта.
2. Составление портретов целевой аудитории проекта.
3. Планирование ресурсов и бюджета проекта.
4. Составление плана реализации проекта.
5. Распределение ролей в проекте.
6. Разработка стратегии продвижения проекта.
7. Проработка рисков.
8. Защита итогового проекта

Тема практического занятия: Проектная деятельность по создания контента

Форма практического задания: медиапроект

Темы медиапроектов:

1. Создание простого одностраничного сайта (разработка, демонстрация, обсуждение)
2. Создание многостраничного сайта (разработка, демонстрация, обсуждение)
3. Создание портфолио (сайта, страницы) собственных работ (разработка, демонстрация, обсуждение)

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

форма рубежного контроля – контрольная работа; защита медиапроекта, выполненного в рамках практических занятий

Контрольная работа

Темы контрольных работ:

1. *Разработка идеи и целей проекта.*
2. *Составление портретов целевой аудитории проекта.*
3. *Планирование ресурсов и бюджета проекта.*
4. *Составление плана реализации проекта.*
5. *Распределение ролей в проекте.*
6. *Разработка стратегии продвижения проекта.*
7. *Проработка рисков.*
8. *Защита итогового проекта*

Защита медиапроекта, выполненного в рамках практических занятий

Темы медиапроектов:

1. *Создание простого одностраничного сайта*
2. *Создание многостраничного сайта*
3. *Создание портфолио (сайта, страницы) собственных работ*

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. СПЕЦИФИКА МЕДИАДИЗАЙНА

Тема 1.1. Трансформация принципов медидизайна в условиях развития телеиндустрии и Интернета

Не предусмотрено

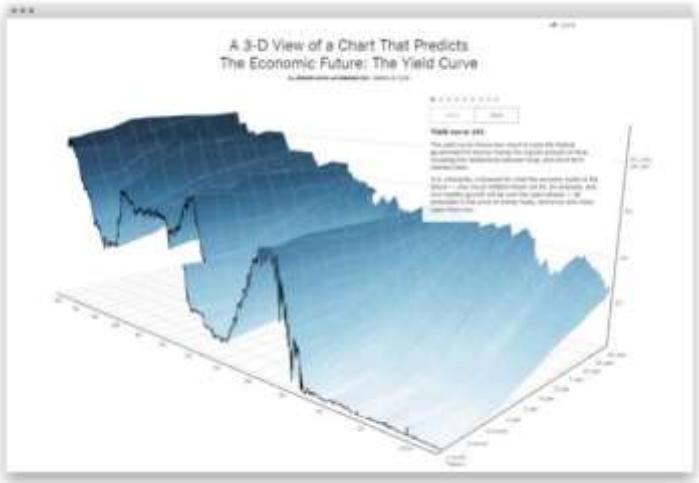
Тема 1.2. Медиадизайн как компонент медиатекста

Иллюстрации:








A 3-D View of a Chart That Predicts
The Economic Future: The Yield Curve


Наглядное Введение
в Теорию Машинного
Обучения


INSIDE DEATH ROW
(INTRODUCTION)
THE LAST PHONE CALL
by PATRICK CHAPPATTE
ANY QUESTIONS?!!
HOW TO KEEP YOUR SANITY IN SOLITARY
MEMORIES OF EXECUTION DAY
HOW I GOT ON DEATH ROW WITHOUT KILLING A RABBIT
WHEN ART & LOVE SAVE AN INNOCENT


Queen II
QUEEN
SHEER HEART ATTACK
Sheer Heart Attack







РАЗДЕЛ 2. СТАНОВЛЕНИЕ МЕДИАДИЗАЙНА

Тема 2.1. Факторы, влияющие на становление и развитие медиадизайна

Не предусмотрено

Тема 2.2. Этапы становления медиадизайна

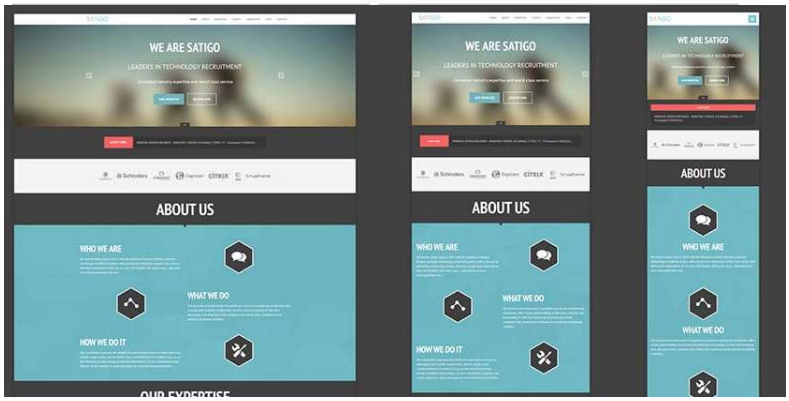
Не предусмотрено

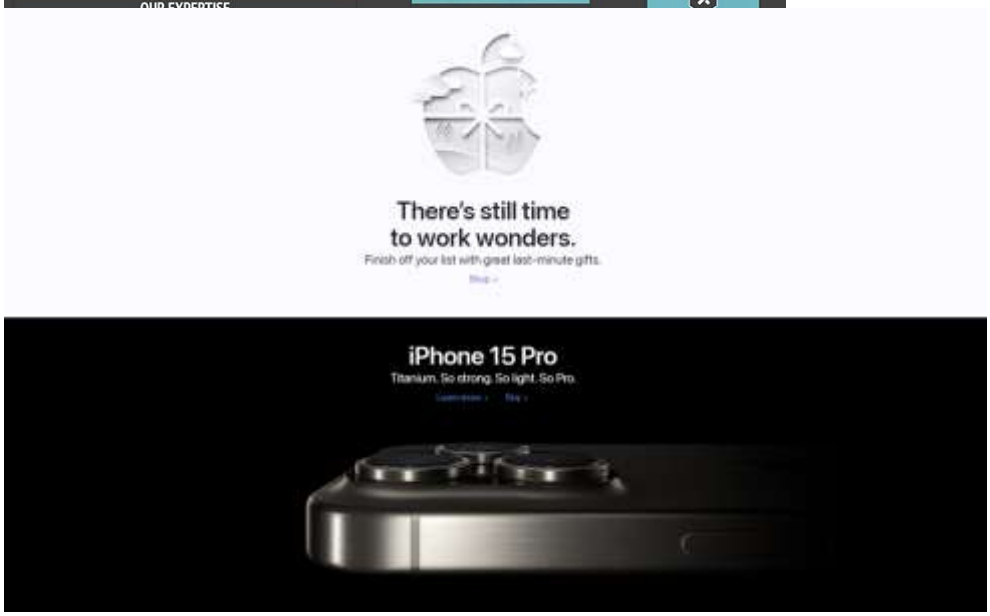
РАЗДЕЛ 3. МАКЕТ ИНТЕРНЕТ-ВЕРСИИ СМИ. ИГРОВЫЕ ПРАКТИКИ В МЕДИАДИЗАЙНЕ

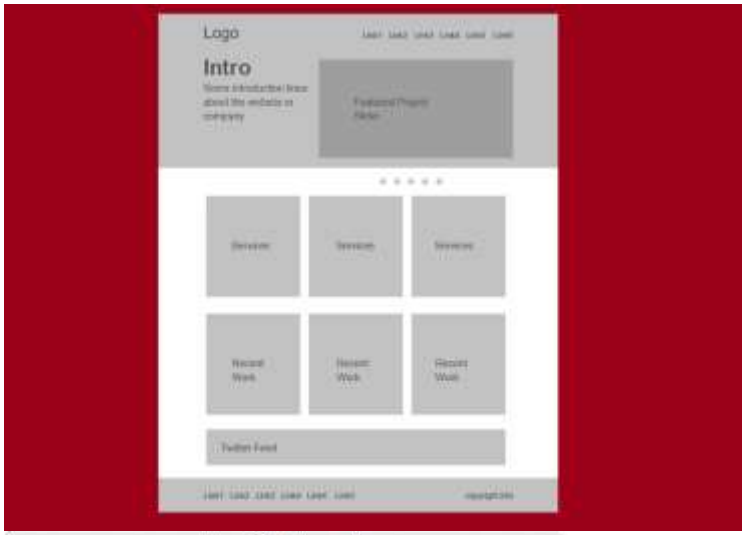
Тема 3.1. Макет и его компоненты. Типы макета в веб-дизайне

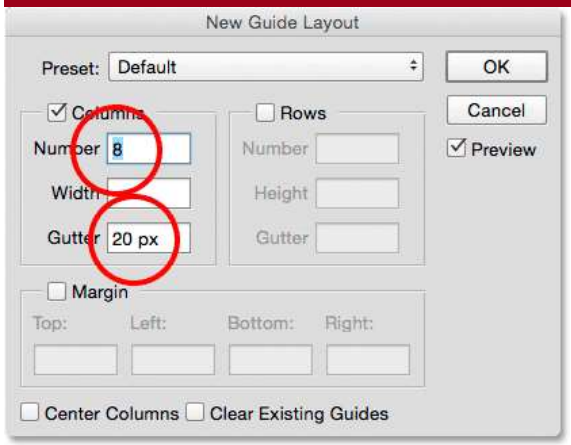
Иллюстрации:

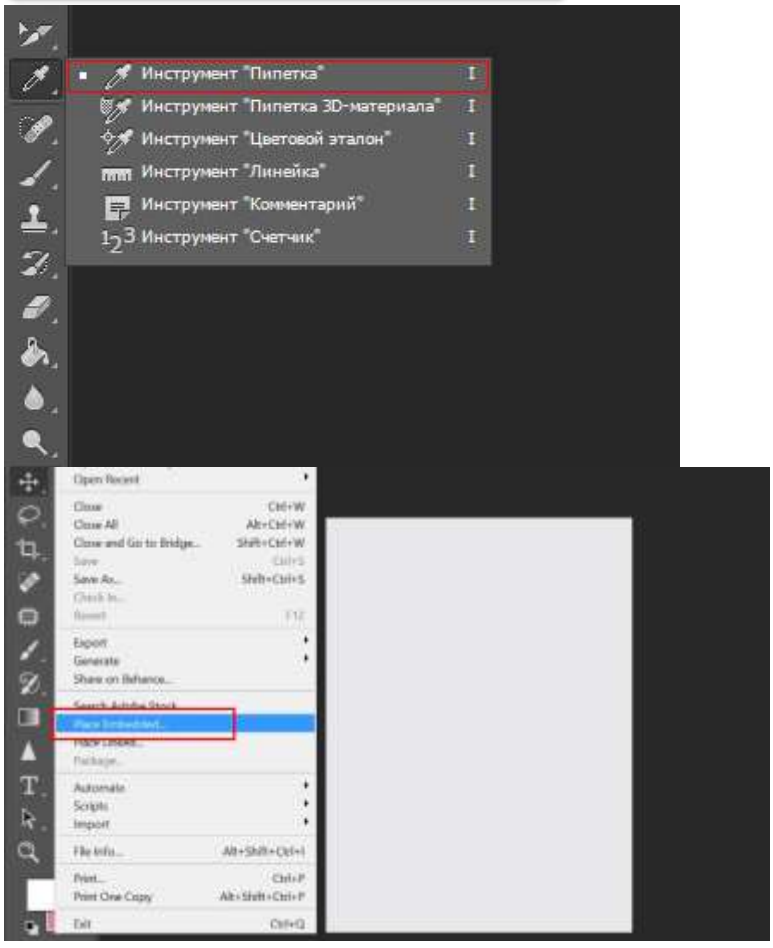

iPad Air
Powerful. Colorful. Wonderful.
Learn more ›
Buy ›


WE ARE SATIGO
LEADERS IN TECHNOLOGY RECRUITMENT
ABOUT US
WHO WE ARE
WHAT WE DO
HOW WE DO IT

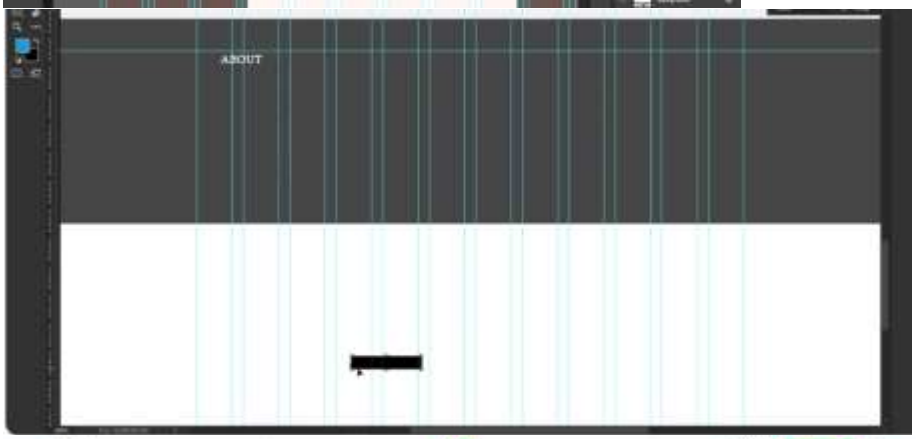

There's still time
to work wonders.
Finish off your list with great last-minute gifts.
iPhone 15 Pro
Titanium. So strong. So light. So Pro.


Logo
Intro

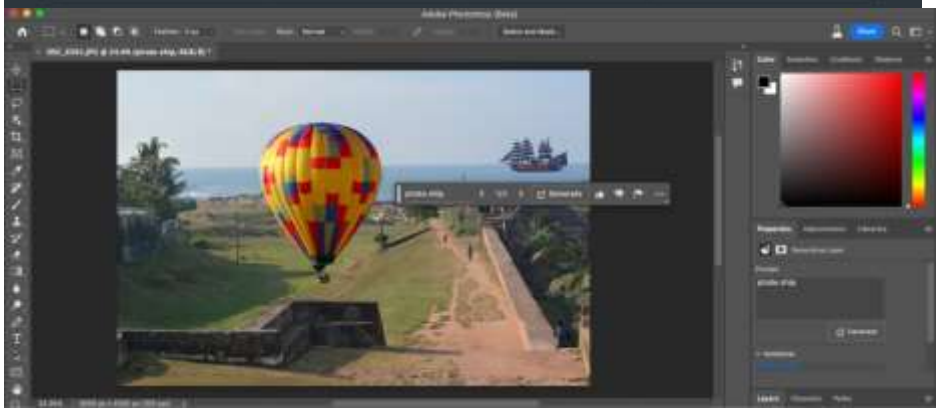

New Guide Layout
Preset: Default
OK
Cancel
Columns
Number 8
Width
Gutter 20 px
Rows
Number
Height
Gutter
Preview
Margin
Top:
Left:
Bottom:
Right:
Center Columns
Clear Existing Guides


Инструмент "Пипетка"
Инструмент "Пипетка 3D-материала"
Инструмент "Цветовой эталон"
Инструмент "Линейка"
Инструмент "Комментарий"
Инструмент "Счетчик"
Open Recent
Close
Close All
Export
Generate
Share on Behance...
Automate
Scripts
Import
File Info...
Print...
Print One Copy
Exit


Dipped
This is Photoshop's version of Lo

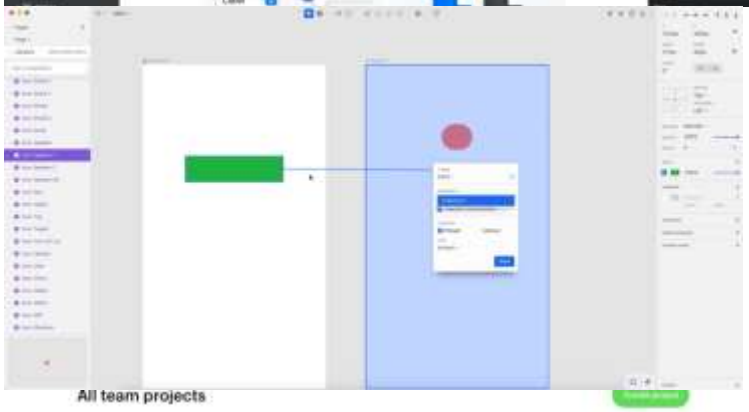

ABOUT

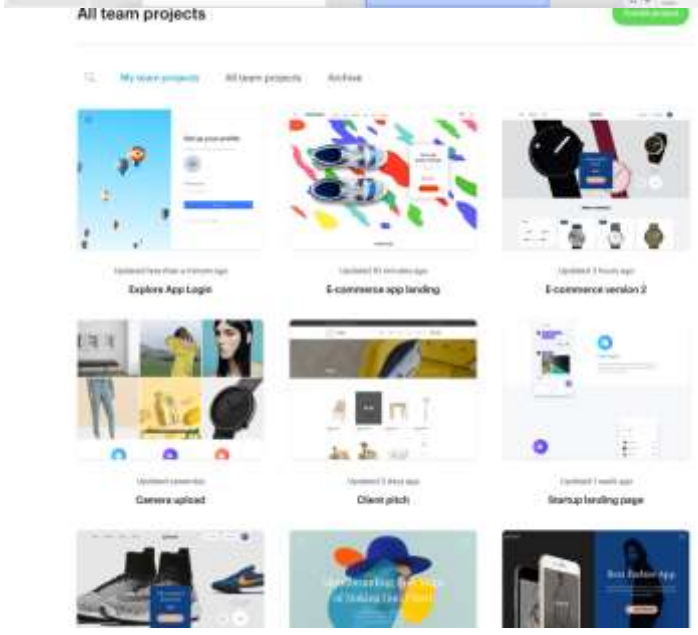

MENU
CODAHEAL
V2
EASE OF USE




Developer
Discover
Filters (4)
Designer
Developer
My Playlist
Product Manager


macOS UI Library
Accurate
Options



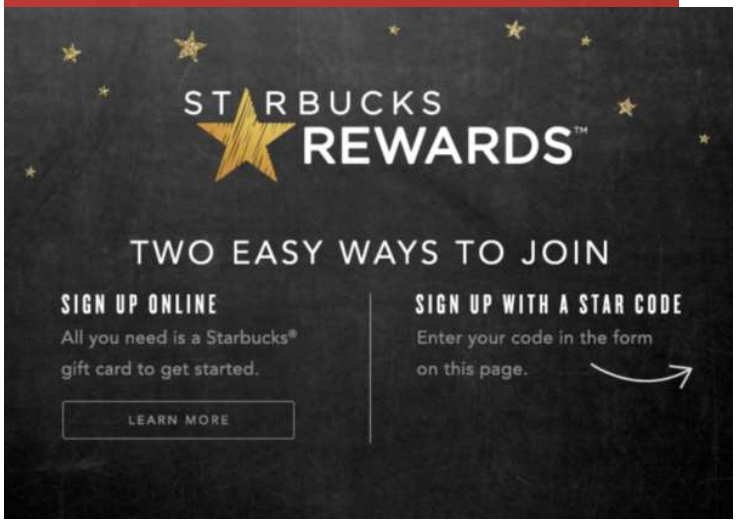

All team projects
Explore App Logo
E-commerce app landing
E-commerce version 2
Camera upload
Client pitch
Startup landing page

Тема 3.2. Игра как стимулирование покупки продукта для поколения Y и Z. Игровые механики. Визуальные особенности развития игровых механик

Иллюстрации:







Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО

Направление подготовки
«42.03.02 Журналистика»

Направленность
Журналистика

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен

для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. Исторические предпосылки и принципы современного функционирования социальной журналистики	
Тема 1.1. Основные понятия, зарождение и развитие социальной журналистики	Понятие социальной журналистики: узкое и широкое понимание. Зарождения и развития социальной журналистики в разных странах мира, а также ее влиянию на формирование общественного мнения и активизацию гражданского участия. Основные додходы к определению понятия «социальная журналистика». Идеология, цели социальной журналистики Тематическая и функциональная специфика социальной журналистики. Социальная журналистика как Неотъемлемая часть публичного дискурса. Социальная журналистика как общественная деятельность.
Тема 1.2. Основные принципы функционирования и взаимодействия с гражданским обществом современной социальной журналистики.	Предмет и задачи соцжурналистики. Основные критерии социальной журналистики. Источники информации. анализ этических аспектов, требований к журналистам и особенностей практического применения различных методов и подходов для достижения наибольшей эффективности в работе с аудиторией и гражданским обществом
РАЗДЕЛ 2. Формы и форматы представления социальной позиции журналиста	
Тема 2.1. Основной арсенал разнообразных форм подачи материалов в социальной журналистике	Различные методы и подходы к созданию журналистских материалов, направленных на привлечение внимания к социальным проблемам и активизацию гражданского общества. Сравнительный анализ основных платформ социальной журналистики

Тема 2.2. Задачи, решаемые современной социальной журналистикой	Задачи современной социальной журналистики. Основные социальные миссии журналистики. Социальные функции, вопросы формирования общественного мнения, решения социальных проблем, взаимодействия с гражданскими активистами и другие аспекты работы журналиста в социальной журналистике.
РАЗДЕЛ 3. Темы, проблемы и жанры в современной социальной журналистике	
Тема 3.1. Основные темы и жанры	Анализ актуальных социальных проблем и вопросов, которые поднимаются в материалах данного направления, а также изучение особенностей и специфики различных жанров, используемых в социальной журналистике. Определение социальной проблемы. Динамика образов социальных проблем, их приоритетность в разные исторические периоды. Репертуар и характер презентации социальных проблем в современных СМИ. Медиакарьера социальной проблемы. Факторы, приводящие к успешной медиакарьере социальной проблемы. Факторы, делающие медиакарьеру социальной проблемы неудачной. Имитация социальной журналистики и нивелирование социальных проблем.
Тема 3.2. Основные площадки социально-ответственной журналистики	Социальная миссия журналистики. Основные источники социальной информации. Форматы освещения социальной темы различные платформы и средства массовой информации, где представлены материалы социальной журналистики, анализирует их особенности и влияние на аудиторию

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей

конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более

лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в

процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Исторические предпосылки и принципы современного функционирования социальной журналистики

Тема 1.1. Основные понятия, зарождение и развитие социальной журналистики

Вопросы для самоподготовки:

1. Технологии социальной журналистики.
2. Информационные кампании, акции как инструментарий социальной журналистики.
3. Акции социальной журналистики в регионах РФ.
4. Изменение российских реалий ? ?новые? СМИ и СМК.

Тема 1.2. Основные принципы функционирования и взаимодействия с гражданским обществом современной социальной журналистики.

Вопросы для самоподготовки:

1. Применение информационных кампаний в деятельности СМИ и технологий информационного взаимодействия.
2. Новые правила и обобщение опыта проведения журналистских акций.
3. Мобилизационные кампании как способ воздействовать и влиять на мнение и поведение людей
4. Профилактические способы и стратегии, приносящие положительный результат, в проведении социальных акций.

РАЗДЕЛ 2. Формы и форматы представления социальной позиции журналиста

Тема 2.1. Основной арсенал разнообразных форм подачи материалов в социальной журналистике

Вопросы для самоподготовки:

1. Социальная проблематика российских медиа на примере региональных телекомпаний. Социальная практика телевизионных проектов.
2. Социальные проекты региональных телекомпаний
3. Проект Помощь детям,
4. Проект Поддержка пожилых людей,
5. Проект Помощь конкретным людям, попавшим в беду,
6. Проблема доступной среды для инвалидов,

Тема 2.2. Задачи, решаемые современной социальной журналистикой

Задания для самоподготовки:

1. Социальные проблемы города, района, поселка,
2. Социальные болезни общества
3. СПИД как социальная проблема
4. Наркомания как социальная проблема
5. Способ организации и проведение медийных мероприятий.

РАЗДЕЛ 3. Темы, проблемы и жанры в современной социальной журналистике
Тема 3.1. Основные темы и жанры
Вопросы для самоподготовки:

1. Освещение проблемы социального неравенства в татарстанских СМИ
2. Освещение проблемы социального неравенства в газете (Республика Татарстан)
3. Освещение проблемы социального неравенства в (Казанские ведомости)
4. Как на страницах региональных изданий представлен человек.
5. Какие первоочередные социальные проблемы волнуют журналистов и читателей (журналистика-зеркало общества).

Тема 3.2. Основные площадки социально-ответственной журналистики
Задания для самоподготовки:

1. О чем пишут и как освещают социальную проблематику на страницах татарстанской прессы.
2. Анализ публикаций федеральных газет
3. Освещение темы социального неравенства в издании (Известия),
4. Освещение темы социального неравенства в издании (Комсомольская Правда),
5. Рассмотрение социального диссонанса в обществе.
6. Роль телевидения в освещении социального неравенства.

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Исторические предпосылки и принципы современного функционирования социальной журналистики
Тема 1.1. Основные понятия, зарождение и развитие социальной журналистики
Не предусмотрено
Тема 1.2. Основные принципы функционирования и взаимодействия с гражданским обществом современной социальной журналистики.
Не предусмотрена.
РАЗДЕЛ 2. Формы и форматы представления социальной позиции журналиста
Тема 2.1. Основной арсенал разнообразных форм подачи материалов в социальной журналистике
Не предусмотрено
Тема 2.2. Задачи, решаемые современной социальной журналистикой
Не предусмотрено
РАЗДЕЛ 3. Темы, проблемы и жанры в современной социальной журналистике
Тема 3.1. Основные темы и жанры
Не предусмотрено
Тема 3.2. Основные площадки социально-ответственной журналистики
Не предусмотрено

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников

определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней

странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного

объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;

– в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;

– знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;

– свободное владение терминологией;

– ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;

– единичные ошибки в терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;

– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;

– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

– незнание терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при

изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 1. Исторические предпосылки и принципы современного функционирования социальной журналистики

Тема 1.1. Основные понятия, зарождение и развитие социальной журналистики

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие социальной журналистики: узкое и широкое понимание.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Социальная журналистика

Социальная журналистика стала неотъемлемой частью публичного пространства. Она явилась порождением тех бурных изменений, которые произошли в российской действительности в ходе перестройки. Ее отличает особая функциональная направленность и связанная с этим авторская позиция журналиста. От социальной журналистики ожидают внимания к человеку, отражения злободневных аспектов его повседневной жизни, развития гражданских качеств личности, отстаивания прав человека. Ее еще называют журналистикой соучастия, сопричастности. В ней главное не тираж, не влияние, а взаимопонимание журналиста с внимающей аудиторией[1].

Соответствует ли практика современных российских средств массовой информации этим ожиданиям? Каковы критерии отнесения журналистики к этому ее особому направлению в нынешних рыночных условиях, когда понятия «позиция», «диалог» вытесняются прагматическими интересами и в самой аудитории, и среди журналистов? Поиск ответов на эти вопросы представляется особо актуальным.

Необходимо отметить, что понятие «социальная журналистика» вызывает среди теоретиков неоднозначное толкование. Это связано с многозначностью самого понятия «социальное» и традицией его использования в отечественных СМИ.

Журналистика социальной направленности («партиципарная журналистика», «общественная», «гражданская», «социожурналистика», «новая» журналистика и т.д.) так или иначе характеризуется в работах М.А. Бережной, С.В. Бориснева, А.Н. Болкунова, И.М. Дзялошинского, С.Г. Корконосенко, П.Н. Киричка, В.Ф. Олешко, И.Д. Фомичевой, Т.И. Фроловой. Эти ученые развивают нормативные подходы применительно к современным российским СМИ в рамках социологии массовой коммуникации и социологии журналистики.

Социальную журналистику следует понимать как возможность журналиста и журналистики участвовать в разрешении противоречивых ситуаций, возникающих в отношениях индивида и общества, населения и власти и т.д., участвовать в расширении поля социальности. Предметом журналистского интереса выступает проблема, которая волнует общество, точнее – проблема, которая затрагивает жизненные интересы значительного количества людей. Считается, что социальное противоречие, чтобы стать проблемой, должно приобрести необходимую степень актуальности, дающую ему право быть рассматриваемым на признанных аренах общественного обсуждения. Нами утверждается, что именно социальной журналистике должна принадлежать главенствующая роль в определении ситуации как проблемной, в придании ей меры респектабельности, в «узаконивании» ее в общественном мнении, что необходимо для того, чтобы она стала предметом публичного обсуждения. Таким образом осуществляется привязка термина «социальная журналистика» к хорошо разработанной в социологии дефиниции «социальная проблема». Это вооружает практиков журналистики конкретными критериями в представлении в публичном пространстве общественно значимой тематики.

Для представителей конструкционистского подхода в социологии социальная проблема представляет собой некий социальный конструкт – ситуацию, которая в глазах ее участников воспринимается как противоречивая, требующая выхода. В отличие от нормативного подхода, конструкционизм обозначает условия как «предлагаемые», требующие доказательства их статуса в качестве катализаторов данной проблемы. Мы придерживаемся «мягкого» конструкционистского подхода, учитывающего, что «проблема» есть не только результат интерпретации текущих фактов, но и отражение реально существующих противоречий действительности.

Современное российское общество насыщено социальными проблемами гораздо больше, нежели пятнадцать лет назад. Бедность, безработица, преступность, употребление наркотиков, терроризм, техногенные катастрофы, «новые» заболевания – это неполный перечень явлений, которые вызывают тревогу и беспокойство. Как показывает анализ печати, на региональном уровне социальные проблемы решаются иначе, чем на федеральном и тематический набор их отличается. Можно выделить три периода: советский период, период перестройки и постсоветский. Это дает возможность проанализировать исторические предпосылки трансформации социальных проблем. В кратком виде результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Характеристики	Советский период	Период перестройки	Постсоветский период
1.Социальная политика	Социальная политика полностью находилась под контролем государства, осуществляемой на базе	Социальная политика трансформируется и приобретает более направленный характер. Большую роль играют СМИ,	Социальная политика направлена на человека и для человека. Формируется диалог, активно

	государственной идеологии.	начинает создаваться общественный сектор.	работают общественные организации, формируются некоммерческие организации (НКО).
2.Взаимоотношения между населением и государством	Человек с вопросами о его повседневном существовании оказывается на периферии публичного пространства.	Каналы выбрасывания информации в публичное пространство постепенно трансформируются.	Органы власти берут инициативу в свои руки по вопросам, связанным с формированием «повестки дня».
3. Рефлексия СМИ	Рупор партии и власти.	Формирование «новой» журналистики.	Социальная журналистика становится неотъемлемой частью публичного пространства.

Трансформация социальной жизни повлекла изменения и в социальной политике государства, и в самом подходе к решению и возникновению социальных проблем. Подчас социальная журналистика становилась оппозицией органам власти во взглядах на то, как должны решаться эти проблемы и кто несет ответственность за их появление.

Изменение социальной структуры в постсоветский период привело к появлению таких проблем, как 1) возникновение новых, «других» социальных страт и групп; 2) поляризация населения; 3) зарождение «новых бедных» и «новых богатых»; 4) ослабление института семьи («гостевые браки», «муж на выходной», «пробный брак» и пр.); 5) появление «новых» моделей гендерных отношений; 6) распространение молодежной преступности; 7) увеличение социального сиротства; 8) проблемы инвалидности и старости; 9) положение социально уязвленных групп (люди, отбывающие срок в местах заключения, «подследственные»). Другая группа социальных проблем нашего времени связана с деформацией социального порядка: 1) дезорганизация социальной структуры; 2) теневизация социальной сферы; 3) образование ценностного вакуума; 4) демографический кризис; 5) криминализация жизни; 6) обострение национальных отношений (миграционные процессы); 7) разрастание национал-экстремистских организаций (этнических фобий, расовой вражды); 8) национализм и ксенофобия (этноцентризм, этнический эгоизм; неприязнь к «чужим»).

Перечисленные проблемы свидетельствуют о глубокой социальной деформации нашего общества. Вместе с тем только некоторые из них становятся интересны и важны для средств массовой информации. Часть их так и осталась за информационной чертой.

В этот же период осваиваются новые журналистские технологии в конструировании социальных проблем. К ним относятся новые убеждения-требования, вторичные убеждения-требования, нарративы, контрриторические стратегии, «авторизация» проблемы, «ситуативная модель», метод проблематизации, «игровая ситуация». С помощью этих способов «журналисты-социальщики» формулируют и выносят на обсуждение социальные проблемы повседневности. Передаваемое в СМИ представление о предметах и людях, об их свойствах и отношениях мы именуем

«ситуацией». Каждая новая информация об определенной ситуации может быть использована для расширения и совершенствования «ситуативной модели», которая является основой конструирования общественно-значимой проблемы. На примере ряда периодических изданий рассмотрим, как это происходит. Эмпирической базой послужили газеты, представляющие ориентированную на думающего читателя журналистику – «КоммерсантЪ» и «Новая газета». Их мониторинг и первичный анализ произведен Полиной Баутиной. Выборку составили публикации за 2008 год.

Обратимся к газете «КоммерсантЪ». При внимательном чтении обнаруживается, что приоритетными в этом издании считаются политическая и экономическая проблематика, к которой примыкают темы культуры, спорта, потребительского рынка. Социальная проблематика также не обойдена вниманием, но статуса, равного политике и экономике, ей не представлено. Раздел «Общество» по концептуальности, полноте и качеству анализа значительно уступает другим неспециальным направлениям. Подбор текстов в нем нередко носит случайный характер. В газете вместе с тем регулярно (примерно два раза в месяц – от 5 и 18 января; 11 и 29 апреля; 4 и 18 июля 2008г.), выходит специальное приложение «Social Report», выросшее из известного проекта Российского фонда помощи (директор Фонда Лев Амбиндер). Обычно, публикации, посвящены кому-то из детей, остро нуждающихся в финансовой помощи. Они описывают предысторию болезни ребенка, его сегодняшнее состояние и как можно помочь ему. Очень часто финансовую поддержку оказывают, по сообщениям газеты, такие крупные кампании, как «М.Видео», «Газпром», «МТС», ОСАО «Ингосстрах» и пр. Приведем для примера некоторые материалы.

Публикация в январском выпуске «Самостоятельный человек» с подзаголовком «Алеше Мутину нужны новые руки». Автор В.Костюковский повествует предысторию несчастья семнадцатилетнего Алеши, который потерял свои руки в трансформаторной будке. Отечественные протезы «помогают, но больше морально, чем материально. Они не ловкие и ненадежные». На французские протезы Мутиным, как объясняет автор, не хватает 35 тыс. евро. Следом указаны реквизиты, на которые можно перечислить деньги, дано заключение экспертной группы Российского фонда помощи. Другой материал на этой странице посвящен мальчику, страдающему симптоматической височной эпилепсией: «Германия готова принять Сашу Дейно». Обследование в баварской клинике – это единственный шанс определить стратегию его спасения. Здесь же дан отчет руководителя Российского фонда помощи за минувший год: «Кому смогли помочь» и «Кто помогли». Здесь же опубликована рубрика «Из свежей почты», где печатаются просьбы о помощи, поступившие от родителей больных детей[1]. В апрельских номерах помещена публикация «Город, где могут помочь» с подзаголовком «Саше Гиссу нужна лучевая терапия в Германии»[2], а также публикация «Девочка торопится жить»[3] с подзаголовком «Трехлетней Кате нужна сложная операция на сердце». На этой же полосе апрельского «Ъ» дан и оптимистический заголовок об упоминавшемся ранее больном ребенке: «Мюнхен готов принять Сашу Гисса уже в апреле». Июльская подшивка газеты имеет публикации социального характера в номерах от 4 и 18 июля. Острый лейкоз (рак крови) «превратил Лизу в тень», сообщается в материале «Вам конфеты от Лизы», с подзаголовком «Семилетней девочке нужна срочная пересадка костного мозга». В другом номере июля опубликован материал «Вера, надежда и Анна» с подзаголовком «Годовалой Ане требуется срочная трансплантация костного мозга»[1].

Нами приведены типичные для данной газеты публикации. Анализ показал, что в поле зрения журналистов делового издания, пишущих на социальные темы, находятся прежде такие ситуации, которые связаны с темой милосердия, помощи бизнеса конкретным жертвам обстоятельств. Устойчивость этого ряда сюжетов, отсутствие иных подходов к теме обнаруживает, что для этой газеты социальная

проблематика является второстепенной. Тематические разделы «Культура», «Спорт» выглядят более обширными и разносторонними. Иногда, им посвящены сразу несколько полос делового издания, и выходят они 4-5 раз в месяц, тогда как полоса, посвященная социальной проблематике, выходит строго два раза в месяц. Шанс заинтересовать «КоммерсантЪ» она имеет лишь в тех случаях, когда речь идет о драматических ситуациях, об инцидентах, о существенных расходах. Социальная сфера выглядит со страниц респектабельной деловой газеты как затратная, конфликтная, обременительная. Как свидетельствуют специалисты, такой подход не способствует полномасштабному, соответствующему современным концепциям, развитию социальной ответственности бизнеса.

«Новая газета», как известно, характеризуется независимостью и самостоятельностью позиции, как экспертов, так и журналистов. С мая 2008 года «Новая газета» начала благотворительную акцию совместно с благотворительными фондами «Настенька», «Подари жизнь» и «АдВита», посвященную спасению детей, нуждающихся в срочной финансовой помощи. В результате раз в две недели, на страницах «Новой» стали появляться материалы с драматическими историями о детях, которым помогли читатели и тем самым подарили им жизнь. К акции издания присоединились известные в стране персоны – спортсмены, режиссеры, писатели. Они преподнесли редакции вещи, которые, как сообщила газета, будут отданы тем людям, что пожертвуют самую большую сумму во имя спасения ребенка[1]. Наряду с этим в «Новой газете» регулярно публикуются и материалы, повествующие о других социальных проблемах, с которыми сталкивается население страны. Им отдана большая часть газетной площади. Благодаря собкорам, газета хорошо осведомлена о том, чем живет российская провинция. Практически в каждом номере есть проблемные репортажи и статьи из Саратова, Ульяновска, Курска, Ставрополя, Рязани и других городов. Обычно публикации о социальных проблемах выходят в свет в разделе «Общество».

Обратимся для примера к некоторым из них. Январские номера «Новой газеты». Перед нами – материал «Праздник закончился» с подзаголовком «Конец “социальным” договоренностям. В Петербурге ждут серьезного подорожания жизни». В этом же номере журналист из Красноярска А.Тарасов повествует о другой социальной проблеме: «Регионы просят тепла» с подзаголовком «Зимой в Красноярске неожиданно ударили морозы». Немного подробней скажем о содержании материала под заголовком «800 “Титаников” в год» в разделе «Люди/Опасность» с подзаголовком «Миллионы людей по-прежнему становятся жертвами смертельно опасного вируса гепатита». Обозреватель Л.Рыбина пишет о том, что гепатит за последний год тихо унес в небытие 1,2 миллиона человек. В 80% случаев он приводит к раку печени. Почти каждый третий житель земли инфицирован вирусом. Станут ли они жертвами этой инфекционной болезни или нет, сегодня зависит от терапии – препараты для лечения есть, но чтобы их применять, необходимо выявить больных, так как вирус прячется. Автор задается риторическим вопросом: «Почему же сегодня, трагедии, куда большего масштаба, страшнее “Титаника”, Помпеи или Чернобыльской аварии, не находят такого отклика в СМИ?»[2].

В следующем номере помещена проблемная публикация «Президентская пустошь» с многозначительным подзаголовком «Искреннее желание главы государства помочь смертельно больным детям так и не исполнилось. На месте центра детской гематологии за два с лишнем года построили только забор». В этом же номере под рубрикой «Люди/Пристрастия» помещена публикация «Злопыхатели» с подзаголовком «Российское правительство все-таки решилось полностью запретить рекламу табака»[1].

Очередная публикация называется «267 жизней доктора Готье». Ее подзаголовок гласит: «Трудно чем-нибудь удивить хирурга-трансплантолога, но самоотверженные

дети могут». История больного ребенка – Паши Молчанова, который страдает тяжелейшей врожденной патологией печени – показала реальную ситуацию с трансплантацией органов в России. В ней выражена надежда на то, что примут, наконец, закон, разрешающий детское посмертное донорство[2].

В апрельском выпуске газеты опубликована проблемная статья «Опять двойня» с подзаголовком «Как чиновники экономят “материнский капитал”». Обозреватель Наталья Чернова, указывает, что государственная инвестиция в этой сфере смахивает на фарс. Статья под названием «Финиш» повествует о смерти ребенка на уроке физкультуры. Трагично и то, что от 6 до 12 случаев гибели детей в год по причине внезапной остановки сердца в ходе физкультурного занятия – это только статистика, которую фиксирует Министерство здравоохранения. В конце публикации автор резюмирует: «Школьник Тимур Фазлутдинов скончался от дистрофии миокарда. Это изменение, которое могло быть выявлено при любом медицинском обследовании». Публикация под названием «Арестные настроения» в этом же номере решает проблемную ситуацию о заключении людей под стражу[3]...

По воле журналиста героями подобных материалов могут быть либо конкретные люди, либо организации, либо персонажи, поднятые на уровень субъектов социальной политики, такие как население, власть, бизнес, государство. Приписываемые им в периодической печати роли также являются способом конструирования социальных проблем в публичном дискурсе. То есть именно в публикациях способами журналистской подачи определяется, кто выступает в роли «жертвы», кто – в роли «спасителя», кто – в роли «виновника» или «наблюдателя».

Произведенный мониторинг обнаруживает, что позиции «Новой газеты» и издания «КоммерсантЪ» принципиально различны. Активные субъекты конструируемых «КоммерсантомЪ» дискурсивных практик – это, с одной стороны, представители населения в виде страдающих физических лиц, с другой – большой бизнес, который идет им на помощь. За кулисами описываемых драматических ситуаций с больными детьми остаются не решенные вопросы здравоохранения в стране, позиции чиновников и государства. Сюда же надо добавить необычайную узость тематического спектра социальной жизни, получающую освещение в деловой газете. Этим «КоммерсантЪ» обнаруживает, что не стремится занять позицию субъекта социальной политики, что его удовлетворяет роль ее инструмента в руках «большого брата» в лице российского бизнеса, интересы которого и представляет в этой сфере данное издание.

«Новая газета» гораздо в большей степени проявляет характеристики субъектности в этом вопросе. Спектр транслируемых ею и формулируемых социальных проблем неизмеримо выше. Участники проблемных ситуаций чаще всего подняты до уровня активных субъектов социальной политики: газета нередко указывает на столкновение интересов гражданского общества и власти. Ее представители выступают зачастую «виновниками» существования той или иной социальной проблемы. Позиция оппонента, которую заняло данное периодическое издание, ставит его в затруднительное положение по отношению к реализации своей субъектной роли в социальной политике. Характерная для нашего общества закрытость информационных ресурсов вызывает у журналистов сложности при описании проблемных ситуаций, при их аргументации. Поэтому зачастую в публикациях на острые социальные темы вместо взвешенного анализа и прогноза звучат риторические вопросы, действенность выступлений журналистов не высока.

Совсем иная картина предстает в региональной периодике. Для примера обратимся к газете «Волжская правда» небольшого города Волжска в Республике Марий Эл. Данное издание является единственным источником печатной информации для жителей этого городка. Мониторинг показывает, что оно не соответствует требованиям, которым должна отвечать городская газета. Большую часть газетной

площади (практически 80%) занимает не социальная информация о городе, о его людях, об их проблемах, а публикации рекламного характера, «заказуха», материалы взятые из Интернета, других источников, не несущие той жизненно важной остроты, которая нужна аудитории. Противоречивые социальные ситуации газета не формулирует как проблемы, просто констатирует факты или замалчивает их. На этом основании можно сделать вывод о разрыве публичного пространства в маленьких городах, подобных Волжску, о противоречивости позиций федеральной и муниципальной печати. Нами зафиксированы такие способы ухода от проблемных ситуаций в этой газете как депроблематизация, «гармонизация» социальных проблем.

Проведенный П.Баутиной ретроспективный анализ «Волжской правды» за последние три десятилетия свидетельствует, что, начиная с 80-х годов, в поле зрения этой газеты находились разного рода ситуации, которые газета представляла как проблемные.

Таблица 2. 1980-е годы:

Характеристики	**1980 годы**	**1983 годы**	**1986 годы**	**1989 годы**
1.Основные слоганы и рубрики газеты «Волжская правда»	**Слоганы:** «Пролетарии всех стран, соединяйтесь!»; **Рубрики:** «На встречу XXVI съезду КПСС»; «Комсомольская жизнь»; «Обзор писем»; «Планы партии одобряем»; «Санитарно-просветительская страница»; «Горизонты юности»; «Советская жизнь»; «По нашей стране»	**Слоганы:** «Животноводство - ударный фронт»; «Экономика должна быть экономной»; **Рубрики:** «Идущие вперед»; «За фасадом свободного мира»; «Учитель» «Уголок охотника»	**Слоганы:** «Все выращенное убрать и сохранить»; «Продовольственная программа – дело всенародное»; **Рубрики:** «Народный контроль»; «Человек и закон»; «Юридический всеобуч»; «Волжанки»	**Слоганы:** «Полям, урожайную силу!»; Корма – забота общая»; «Здравствуй жатва – 89!» «Лето – пора большого молока» «Газета выступит. Что сделано?» **Рубрики:** «Молодежь и армия»; «Эпидемия XXI века»; «Экология в городе»
2. Пятерка лидирующих социальных проблем на страницах издания	**1.** «Село. Деревня. Сельское хозяйство»; **2**.«Самоуправление. ЖКХ»; **3**. «Психологическое здоровье»; **4**.»Здравоохранение»	**1.** «Село. Деревня. Сельское хозяйство»; **2**.«Самоуправление. ЖКХ»; **3**. «Образование»; **4**. «Сфера быта, торговля, права	**1.** «Село. Деревня. Сельское хозяйство»; **2. «**Семья. Детство. Молодежь». **3**. «Психологическое здоровье» и «Образование»;	**1.** «Село. Деревня. Сельское хозяйство»; **2**.«Самоуправление. ЖКХ»; **3**. «Психологическое здоровье»; **4**. «Здравоохране

	5. «Сфера быта, торговля, права населения»	населения» **5.** «Здравоохранение»	**4.** «Здравоохранение» **5**«Сфера быта, торговля, права населения»	ние» **5**«Сфера быта, торговля, права населения»
3. Социальная политика государства	Идеология обеспечивала критерии для идентификации социальных проблем. Социальные проблемы не назывались «проблемами», а трактовались как «явления», чуждые социализму.	Социальная политика сводится к представлению и ангажированию деятельности партии и государства.	Социальная политика сосредоточена на воспитании и продвижении «советского образа жизни», но уже идет навязывание «курса перестройки»	Социальная политика государства более чем в предыдущие годы, становится социальной, обращена к человеку и его проблемам.
4.Взаимоотношения между населением и государством через СМИ	Разрыв между интерпретацией реальности (разговоры, пересуды) и интерпретацией той же реальности в СМИ (публичный дискурс) с государственной идеологией в целом, с другой.	Советская система полностью диктовала СМИ, что делать, как писать и о чем писать.	Газета становится еще более партийно-направленной, пропагандируется курс «на ускорение и перестройку».	В газете стали появляться письма в редакцию исповедального характера. Большой поток писем-жалоб.
5. Рефлексия СМИ	Интуитивное объяснение социальных проблем. Присутствие «теневых контрастов» советской системы: существовали гласные и негласные темы, первые официально обсуждались, а вторые только подразумевалис	СМИ полностью подвластны партии, зависимы в финансовом и в идеологическом плане	На страницах СМИ идет обсуждение курса, «взятого на перестройку», появление периодических докладов в газете с секретарем компартии о «новом» курсе.	Идет обсуждение «новых» тем для советского общества: проблем СПИДа, экологического загрязнения, женских правах.

	ь.			

Таблица 3. 1990-е годы:

Характеристики	1990 г.	1993 г.	1996 г.	1999 г.
1.Основные слоганы и рубрики газеты «Волжская правда»	**Слоганы:** «Навстречу выборам»; «Как выйти из кризиса?» «За что мы боремся?» **Рубрики:** «Клуб предвыборных дискуссий»; «Партийная платформа»; «Коммунист за все в ответе»; «Наш фотостенд».	**Слоганы:** «Служить в армии»; **Рубрики:** «Сегодня на селе»; «Тропой поиска»; «Советы психолога» «Решать проблемы сообща».	**Слоганы:** ---------- **Рубрики:** «Трудности сельского хозяйства»; «Уголок эколога»; «Происшествие»; «Религия»; «Праздники»	**Слоганы:** ---------- **Рубрики:** «Алло, вопрос»; «Полезно»; «Уголок поэзии»; «Школа»; «Дошкольное образование»; «Религия и мы»
2. Пятерка лидирующих социальных проблем на страницах издания	**1.** «Село. Деревня. Сельское хозяйство»; **2.** «Психологическое здоровье» **3.** «Здравоохранение» **4**. «Семья. Детство. Молодежь» **5**. «Самоуправление. ЖКХ»	**1.** «Село. Деревня. Сельское хозяйство»; **2**«Психологическое здоровье»; **3**. «Сфера быта, торговля, права населения» **4**. «Образование» **5**. «Здравоохранение»	**1.** «Село. Деревня. Сельское хозяйство»; **2.** «Сфера быта, торговля, права населения» **3**. «Психологическое здоровье» **4**. «Образование» **5«**Здравоохранение»	**1.** «Сфера быта, торговля, права населения»; **2**«Село. Деревня. Сельское хозяйство»; **3**. «Семья. Детство. Молодежь» **4**. «Образование» **5.**«Психологическое здоровье»
3. Социальная политика государства	Государство отстранено от социальных проблем и «озабочено» поиском «новых» решений. Гласность и перестройка – новые феномены перестройки.	Социальная политика все также далека от социальных начал – в государстве идет поиск решения из сложившихся идеологических коллизий.	Социальная политика как явление отсутствует, хотя государством не отменялась. Разворачивается острая борьба за раздел и передел собственности.	Начинается обсуждение социальных проблем и вопросов на страницах газеты.

4.Взаимоотношения между населением и государством через СМИ	Отчуждение от всех сторон социальной жизни, поэтому в СМИ отсутствуют проблемные материалы, но появляются сатирические жанры на существующие социальные условия.	Население уже свыклось с тем, что необходимо решать вопросы самим. В редакцию практически не приходят письма, редакционный отдел преобразован в «Вопрос-ответ».	СМИ реагируют на нарушение правовых и нравственных норм.	Газета активно сотрудничает с читателями. Укрупнение рубрики «Письмо в редакцию» и «Вопрос-ответ».
5. Рефлексия СМИ	СМИ также находится в поиске «новых» решений. Появляются новые формы и жанры: фоторепортаж, фельетоны, очерк	СМИ не публикуют материалы, связанные с государственной идеологией и мировоззрением, сфера обсуждения сходится констатировании трудностей.	Негативные тенденции трансформации социальной структуры общества отмечены и в региональных изданиях.	Газета и журналисты в социальных вопросах все чаще становятся на сторону читателя, но прибавляется давление действующей власти.

Таблица 4. 2000-е годы:

Характеристики	**2000 г.**	**2003 г.**	**2006 г.**	**2009 г.**
1.Основные слоганы и рубрики газеты «Волжская правда»	**Слоганы:** ---------- **Рубрики:** «Профессия»; «Ох, уж эти дети»; «Любовь и социум»; «Алло, вопрос!»; «Литературная страничка»; «Православие»	**Слоганы:** ---------- **Рубрики:** «Спортивная семья»; «Спорт – “Ариада”»; «Вопрос-ответ»; «На заметку»; «Для пользы хозяйкам»; «Пульс, события факты»	**Слоганы:** ---------- **Рубрики:** «Экология и мы»; «Малый бизнес»; «Наша армия»; «Сегодня на селе»	**Слоганы:** ---------- **Рубрики:** «Конкурсы»; «Личность»; «Спортивный калейдоскоп»; «Мнение»; «Здоровье»
2. Пятерка лидирующих социальных проблем на	**1.** «Сфера быта, торговля, права населения»	**1.** «Здравоохранение»; **2**.«Психологическое здоровье»	**1.** «Село. Деревня. Сельское хозяйство»;	**1.** «Село. Деревня. Сельское хозяйство»;

страницах издания	**2**. «Семья и детство. Молодежь»; **3**. «Здравоохранение»; **4**. «Село. Деревня. Сельское хозяйство»; **5.** «Образование»	**3**. «Сфера быта, торговля, права населения»; **4**. .«Самоуправление. ЖКХ» **5**.«Семья и детство. Молодежь»	**2**.«Самоуправление. ЖКХ»; **3**. «Психологическое здоровье» и «Образование»; **4**. «Сфера быта, торговля, права населения»; **5**. «Здравоохранение»	**2**.«Самоуправление. ЖКХ»; **3**. .«Семья и детство. Молодежь»; **4**. «Сфера быта, торговля, права населения»; **5**. «Психологическое здоровье»
3. Социальная политика государства	Политика государства направлена на укрепление вертикали власти. Социальная политика «работает» очень слабо.	Разрастание социальных противоречий в стране. Социальная политика начинает запускать «механизмы».	Вопросы социальной политики подаются только позитивно – сквозь призму положительных изменений, происходящих в масштабе всей страны	В газете публикуются «вырезки» из федеральной прессы о социальной политике, поддержке социальных реформ, иногда появляются интервью на социальные темы с представителями государственных организаций и структур города
4.Взаимоотношения между населением и государством через СМИ	Изменение отношений между властью и обществом сказались на тематическом разнообразии социальных сюжетов.	Газета всячески способствуют порождению позитивных настроений среди читателей, пытаются замаскировать огрехи государства	Социальные проблемы общества государство старается решить реформами, благодаря чему постоянно появляются позитивные публикации в адрес государства и правительства	Конкуренция социальных материалов в газете отсутствует. Государство создает общественный сектор, а СМИ (газета «Волжская правда») способствует пропаганде деятельности различных сообществ, НКО.

5. Рефлексия СМИ	С приходом «путинского» режима россияне надеются и ждут от государства положительных реформ и изменений социального характера. СМИ проводит телемосты, «прямые эфиры».	Появление большого количества публикаций с участием президента и членов правительства о становлении и развитии демократии, социального государства.	Газета пытается не «дразнить» власть имущих: все журналистские материалы ангажированы, журналисты заняты пением «под дудку» местной власти и проправительственной партии.	Журналисты работают «под заказ». Большое количество конъюнктурной информации. Превращение газеты в «бизнес-издание».

Сделаем выводы.

Проблемы, освещаемые в социальной журналистике – не только отражение реально существующих противоречий действительности, но и результат интерпретации текущих фактов.

Социальные проблемы, вызываемые трансформацией общественной жизни постсоветской России, формулируются социологами и политологами в специальной литературе, на закрытых трибунах, но достаточно редко выносятся на обсуждение в СМИ.

Репертуар и характер презентации социальных проблем в журналистике различается в зависимости от федерального и регионального уровня, от типа периодического издания, от региона, от временного контекста. Так, для федеральных СМИ одни проблемы являются приоритетными, тогда как в некоторых регионах они остаются незамеченными. И наоборот, многие проблемы малых городов не осознаются на общефедеральном уровне.

Динамика газетных образов социальных проблем, их приоритетность тесно связана с политической и экономической ситуацией в стране. В постсоветский период масштабы одних социальных проблем в прессе увеличивались, становясь первоочередными в повестке дня («наркомания», «бедность»); другие, не будучи признанными прежде, таковыми и остались («алкоголизм», «проституция», «семейное насилие»); третьи рассматривались как постоянно присущие обществу («нарушение прав ребенка», «инвалидность»), менялась только модальность их описания; четвертые проявлялись лишь в современный период (миграция), пятые получили общественное признание («суициды», «престарелые», «СПИД и ВИЧ-инфицированные»).

Частота упоминания ключевых проблемно-тематических полей в региональной печати определяется в большей степени политической конъюнктурой, чем реальными нуждами населения. Таким образом, прессе принадлежит решающая роль в том, что практики адресата информации (массовой аудитории) во многом формируются «сверху», через тематизацию в политических документах, а затем переходят в СМИ.

В прессе малых городов России существует периодика, которая имитирует социальную журналистику, а также нивелирует социальные проблемы. Разбор существующих в малой прессе подходов к социальным проблемам показал наличие следующих дискурсивных практик: «гармонизация» социальной проблемы, депроблематизация, создание «разных реальностей» социальной действительности. Выявлены жанровый, тематический, информационный дисбаланс в освещении социальной реальности.

Для повышения эффективности работы журналистов-«социальщиков» рекомендуется изучение ими собственных моделей конструирования социальных проблем и их «корректировка» в направлении реальной помощи населению.

1. Учебная дисциплина. СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 1. Исторические предпосылки и принципы современного функционирования социальной журналистики

Тема 1.2. Основные принципы функционирования и взаимодействия с гражданским обществом современной социальной журналистики.

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Предмет и задачи соцжурналистики. Основные критерии социальной журналистики	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 1.2. Основные принципы функционирования и взаимодействия с гражданским обществом современной социальной журналистики.

Предмет изучения социальной журналистики, ее функции и методы

Существуют два подхода к трактовке термина социальной журналистикой: широкий и узкий. *В рамках широкого подхода* социальной журналистики как отдельного направления нет, так как вся журналистика социальна. *В рамках узкого подхода* социальная журналистика существует как отдельная система, в которой выделяются следующие направления:

1. Социальная журналистика — деятельность журналистов, связанная с представлением и защитой интересов неблагополучных слоев общества (социальная адвокатура).

2. Социальная журналистика — деятельность журналистов, связанная с рекламой социальной политики государства (насколько правительство справляется с решением социальных задач, проблем, реализацией национальных проектов и т.д.).

3. Социальная журналистика — деятельность журналистов, связанная с формированием социальных групп, реализацией обмена информации между ними, установкой взаимоотношений между представителями различных страт.

4. Социальная журналистика — деятельность журналистов, связанная с социализацией человека (взаимоотношения «человек — общество»), отдельных групп; решение психологических проблем личности. социальных групп, реализацией обмена информации между ними, установкой взаимоотношений между представителями различных страт.

Предмет социальной журналистики — взаимоотношения человека и группы (общества); проблемы и перспективы развития общества.

Функции социальной журналистики:

1. Социализация.

2. Институциолизация.

3. Стратификация.

4. Мобильность.

5. Социальный контроль.

Задачи социальной журналистики

Одной из задач социальной журналистики является соблюдение баланса между субъектами межсекторного взаимодействия в осуществлении социальной политики и реализации социальных проектов и программ. Это обусловлено, прежде всего, тем, что ни государство, ни бизнес, ни общественность не могут в настоящий момент «в одиночку» преодолеть социальную несправедливость и конфликты, обеспечить людям равные возможности для достойной жизни. Только совместными усилиями представителями трех секторов можно решать значимые социальные проблемы, такие, например, как бедность, бездомность, сиротство, насилие в семье, загрязнение окружающей среды.

Вторая задача социальной журналистики связана с освящением в СМИ эффективных социальных технологий, способствующих наиболее рациональному решению социальных проблем. С целью конструктивного взаимодействия представителей всех трех секторов современного общества для решения социально значимых проблем используются технологии «социального партнерства», которые осуществляются в рамках действующего законодательства. К таким технологиям относятся:

1. Социальный заказ — экономико-правовая форма реализации приоритетных целевых социальных программ, направленных на решение социально значимых проблем межгосударственного, федерального и (или) регионального уровней, обеспеченных в основном за счет средств бюджета соответствующего уровня.

2. Целевое финансирование конкретных организаций, осуществляющих социально значимую деятельность.

3. Конкурсное размещение государственных или муниципальных грантов среди государственных и негосударственных некоммерческих организаций. При этом, как правило, объявление таких конкурсов сопровождается некоторыми ограничительными рамками по определенным тематическим признакам. Это

позволяет сконцентрировать силы и средства на решении какого-либо достаточно узкого круга проблем.

4. Создание ассоциированных структур (государственно-общественные, общественно-государственные, муниципально-общественные, общественно-муниципальные организации, фонды, некоммерческие ассоциации, партнерства и т.д.), имеющих определенный круг целей и задач и создающихся целевым образом для их достижения и решения.

5. Подписание временных соглашений о сотрудничестве, в раках которых могут проводиться разовые мероприятия или акции социальной направленности.

6. Подписание долгосрочных соглашений, определяющих принципы взаимоотношений различных секторов общества (или их частей).

7. Создание общественных советов различного функционального назначения и, соответственно, наименования (консультативные, координационные, экспертные и т.д.).

Третьей задачей социальной журналистики выступает общественный контроль за осуществлением социальной политики и решением социальных задач. В этой связи необходимы механизмы мониторинга и оценки эффективности социально общественной деятельности, которые заложены в технологии «социального проектирования».

Социальный проект:

1) описывает действия, направленные на решение социальных проблем;

2) описывает целесообразность этих действий (основания);

3) является средством для коммуникации с субъектами общественной практики;

4) понятен и доступен всем заинтересованным структурам и отдельным лицам;

5) выступает средством самоопределения других представителей межсекторного взаимодействия, то есть затрагивает их жизненные интересы.

Таким образом, социальная журналистика выполняет следующие ***частные задачи***:

— помочь одному человеку в конкретной ситуации, рассказать о прецеденте решения проблемной ситуации и стремиться к выработке алгоритма решения той или иной проблемы;

— открывать новые темы и проблемы для обсуждения, отслеживать изменения, давать им оценку, осваивать новые жизненные реалии, помогать жить в меняющемся мире и ориентироваться в нем, стимулировать творческую жизненную активность и в особенности идивидуальную инициативу традиционных ситуаций, не допускать замалчивания или невнимания к трудным ситуациям, объяснять суть перемен;

— давать полную информацию о состоянии социальной сферы, вырабатывать общую позицию по назревшим проблемам, подвергать общественной экспертизе все

законопроекты и решения, реально участвовать в формировании и осуществлении социальной политики, следить за функционированием социальных институтов;

— упорядочивать общественные отношения, поддерживать равновесие интересов, представляя и обосновывая позиции различных социальных групп, снимать социальную напряженность и предотвращать потрясения; стремиться к разговору на равных между разными группами;

— помнить о нравственной оценке событий, поступков, высказываний, морально поддерживать людей и помогать преодолевать чувство одиночества и безысходности, рассказывать об опыте других людей, напоминать, что всегда есть возможность помочь другому, всегда ставить идеи гуманизма и добра выше ситуативных интересов отдельных групп.

1. Учебная дисциплина. СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 2. Формы и форматы представления социальной позиции журналиста

Тема 2.1. Основной арсенал разнообразных форм подачи материалов в социальной журналистике

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Различные методы и подходы к созданию журналистских материалов, направленных на привлечение внимания к социальным проблемам и активизацию гражданского общества.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 2.1. Основной арсенал разнообразных форм подачи материалов в социальной журналистике

Жанры в арсенале современной журналистики

Журналистика как явление и как профессия подразделяется на информационную, аналитическую и документально-художественную. Это три способа освоения жизненного материала, проявляющиеся в трех группах жанров. Вне системы жанров наша профессия не существует. Серьезное представление о жанрах - свидетельство профессиональной квалификации журналиста

Понятие жанр происходит от французского слово "genre", что означает в дословном переводе - род, вид. Жанр - эта форма, в которой читателю (зрителю, слушателю) представляется подготовленный материал. Впрочем, исходное значение термина нам вовсе не помогает прояснить, что такое жанр. Проблема заключается в том, что не существует единого определения понятия жанр, как и единой системы жанрового деления. Причин этому несколько: жанр, вид и род являются смежными понятиями, в результате чего их путают (то, что в одном источнике называют жанром, в другом относят к видам, и наоборот); жанры менялись, исчезали и появлялись в процессе исторического развития искусства, литературы и журналистики, поэтому границы между ними порой весьма расплывчаты; некоторые ученые выделяют несколько плоскостей жанровой дифференциации, каждая из которых отвечает какой-либо грани сложного строения и функционирования художественного произведения.

"Жанр - особая форма организации жизненного материала, представляющая собой специфическую совокупность структурно-композиционных признаков. При этом в жанре мы имеем дело не со случайной совокупностью черт, а с системой элементов формы" (Акопов А.И. Текст как сущность и форма сетевых публикаций. // http://www.relga.ru/Environ/WebObjects)

Жанр определяет способ деятельности журналиста только в самых общих чертах - речь идет о направлении мысли, о "порядке осмотра мира", но отнюдь не о

конкретных приемах и поступках. Больше того, предполагается, что журналист, зная общий путь к цели, непременно постарается изобрести свой собственный ход, придерживаясь только основных ориентиров" (Акопов А.И. Электронные сети как новый вид СМИ // Филологический вестник РГУ. 1998, № 3 с.17-25)

Под журналистскими жанрами А.А. Тертычный подразумевает устойчивые типы публикаций, объединенных сходными содержательно-формальными признаками. "Подобного рода признаки называются жанрообразующими факторами. Знание этих факторов помогает более четко представить себе истоки и особенности возникновения тех или иных жанров периодической печати. В современной теории журналистики выделяются в качестве основных, как правило, следующие жанрообразующие факторы: предмет отображения, целевая установка (функция) отображения, метод отображения" (Антонов С.Г. Редакторская подготовка изданий. М., 2002) Жанр всегда остается оптимальной формой решения творческой задачи. Поэтому он всегда жестко детерминирован: цель, лежащая в основе решения любой творческой задачи, определяет выбор жанра. Детерминизм (обусловленность) жанра связан: а) с объективными свойствами анализируемого или описываемого факта; б) с конкретными задачами, решаемыми данным изданием и данным автором; в) с мировоззренческими и индивидуально-психологическими особенностями личности журналиста. Разрабатывая тему, анализируя попавшие в поле его зрения факты, корреспондент еще на предварительной стадии своей работы осуществляет определенный выбор жанра, останавливаясь, в конечном счете, на том, который представляется ему наиболее подходящим. Бытующее среди журналистов-практиков убеждение, будто о жанре предстоящего текста он не думает и тот складывается сам собой, интуитивно, противоречит существу творческого процесса. Интуиция как составная часть творчества способствует рождению целостного текста: текст вбирает в себя необходимые жанровые элементы, подчиняясь логике развития мысли автора.

все разнообразие телевизионной продукции можно классифицировать по ряду формальных признаков. Это позволяет выделить определенное количество жанров, что важно не столько для теоретического осмысления проблем телевизионной журналистики, сколько для практической деятельности телевизионных журналистов. Ведь в адекватном понимании жанровой природы заложены возможности и наиболее полной реализации мастерства, и выполнения редакционного задания. Сама теория жанров, отличающаяся чрезвычайной сложностью, многоаспектностью, находится в постоянном процессе развития, видоизменяясь вместе с живой и изменчивой практикой. Становление и развитие, возникновение новых и отмирание старых жанров - процесс исторически неизбежный. Практика нашего телевидения убеждает в несостоятельности раз и навсегда данной, застывшей жанровой схемы. У нас на глазах появляются формы, которым не отыскать аналогий не только в газетах или радио, но и в телевидении прошлых лет. Диффузия жанров характерна для публицистики в целом, но особенно очевидна именно в телевизионной публицистике - в силу не столько новизны телевидения как рода журналистики, сколько благодаря огромному богатству языка - движущихся зрительных образов, сопровождаемых звуком. На стыке жанров, на их сломе подчас точнее отражаются сложные жизненные отношения, драматические коллизии нашего времени.

Информационные жанры. Для текстов составляющих основную массу этой группы характерен интерес к единичному факту, в них происходит по преимуществу констатация свершившегося. Публикации такого рода отвечают на три классических вопроса журналистики: что? где? когда?

Видеосюжет. Сегодня автор-журналист обязательно присутствует на съемке, на него возлагается организация работы, решение любых творческих и организационных проблем. Это происходит потому, что не вполне утвердилась еще такая профессия, как продюсер. На него в будущем ляжет ответственность за выбор темы, изучение

объекта съемки и создание сценарного плана и даже участие в съемке и монтаже написанного текста.

Отчет. Жанровые особенности отчета полностью совпадают с некомментированным репортажем. "Тематическая основа отчета - событие определенного социального значения. Этим и объясняется необходимость "протокольной" фиксации, детального и длительного показа." (Телевизионная журналистика глава8). И написание текста, которым сопровождается показ отснятого материала, в будущем не будет требовать, как сейчас, присутствие журналиста на съемках. Отчеты с текстом и без него, в полном или сокращенном виде записи будут составляться непосредственно в телестудии.

Интервью. Уже сейчас беседы с политическими, общественными и иными деятелями по актуальным вопросам зачастую происходят “на расстоянии”. В зависимости от задачи, поставленной журналистом, будут использоваться традиционные и сейчас виды интервью. Но доминирующими способами общения, на наш взгляд, станут диалоги, проводимые за пределами студии и через спутниковые средства связи.

Репортаж. Репортаж телевизионный - это, используя известное выражение уже не в переносном, а в прямом смысле слова - "жизнь в формах самой жизни". Наблюдая процессы реальной действительности в их возникновении, становлении и развитии, репортер создает особое состояние сопричастности, психологического и эмоционального соучастия аудитории. Это состояние называют "эффектом присутствия", и его также следует считать одним из основных признаков жанра.

Жанры аналитической публицистики

жанровый тематический телепроект телевидение

Обозрение. Один из наиболее традиционных, устойчивых жанров современной аналитической публицистики, как представляется, будет трансформироваться от монологическо-диалогического характера к дискуссионному с большим количеством участников в сопровождении тематических клипов и рекламы. Изобразительные средства, с помощью которых на экране представляется обозрение, общественных событий, будут более разнообразны. Оперативный материал информации и архивный видеоматериал будут отбираться, и компоноваться ЭВМ в соответствии с логикой авторской мысли.

Ток-шоу, сочетая сущностные признаки интервью, дискуссии, игры концентрируются вокруг личности ведущего. Это максимально персонифицированная экранная форма. О ней можно с достаточным основанием сказать: ток-шоу создает звезд, а звезды создают ток-шоу. Такому взаимовлиянию, взаимодействию формы и ее создателя в первую очередь способствуют необходимые личностные качества: ум, находчивость, обаяние, юмор, умение заинтересованно слушать, пластично двигаться и прочее. Существенны также и внешние обстоятельства: определенное место и строго соблюдаемая цикличность, т.е. регулярная повторяемость в программе, рассчитанная на возбуждение в сознании массового зрителя состояния "нетерпеливого ожидания встречи".

Пресс-конференция - разновидность интервью с большим числом интервьюеров, задающих вопросы одному или нескольким хорошо осведомленным в какой-то области лицам

Беседа - это специфический телевизионный жанр аналитической публицистики, представляющий собой диалогическую форму сообщения. Широко представлен в программах. Посвящен темам, представляющим общественный интерес: политическим, экономическим, социальным, морально-этическим, научным и т.д. Нередко перерастает в дискуссию.

Жанры художественной публицистики

Очерк. Наиболее богатый изобразительными средствами и выразительными возможностями важнейший жанр художественной публицистики - очерк - будет распространяться и на другие жанры. Органичное сочетание исследований документального материала и рассказа приведет к созданию более образных характеристик и значительной степени типизации во всех жанрах публицистики. Очерк аккумулирует и очевидную фактичность, и проблемность, и аналитичность как проявление авторской позиции.

Зарисовка - это жанр, где образность преобладает над информационностью. В отличие от очерка для зарисовки не обязательны композиционная завершенность, глубина, логичность. На телевидении зарисовкой часто называют так называемые видовые съемки, некое единство взаимосвязанных кадров.

1.2 Тематика современной журналистики и ее актуальность

Для средств массовой информации и коммуникации, безусловно, важнейшим является их содержание, без которого немыслимы ни осуществление прессой коммуникативной функции, ни амбициозные планы превращения журналистики в "четвертую власть", ни эффективность формирования общественного мнения и управления им, ни доходы медиакорпораций. В журналистике два человека играют ведущую роль: журналист и читатель (слушатель, зритель). Именно от их взаимодействия зависит характер журналистики.

На сегодняшний день, круг тем, которые охватывает журналистика, очень широк: от узконаправленных до глобальных. Глобальные экологическая проблема сегодня заставляет нас всех объединять усилия, делает наш мир взаимозависимым и заставляет все больше внимания уделять проблемам общечеловеческим. В данном случае речь идет о таких проблемах, как здоровье и сохранение здоровья, как развитие новых ресурсов, прежде всего в сфере знаний. Если просмотреть большинство публикаций, которые знакомят с экологией как областью знаний, то трудно провести четкую границу между социальной и естественнонаучной составляющей этой дисциплины - так они взаимосвязаны между собой.

Но очевидно, что все эти публикации определяют круг тем, которые становятся предметом разговора в других публикациях. Одна из них - рациональное использование природных ресурсов. Экология как явствует практически из каждой публикации в прессе - это та область знаний, где второстепенных проблем нет. Массированное загрязняющее воздействие на окружающую среду - это серьезная опасность для жизни человека. Свалки и полигоны захоронения отходов, использование удобрений и ядохимикатов, гарь выхлопов автомобилей, гибнущие деревья, кислотные дожди, озоновые дыры - все это наша реальность. И темы для тех, кто разрабатывает экологическую тематику. Государство срочно изыскивает средства на строительство очистных сооружений, мусороперерабатывающих заводов, на оборудование полигонов захоронения городских отходов по последнему слову техники. Об этом рассказывают многие публикации. Одни знакомят с опытом более богатых стран. Например, в Германии, где сбор мусора - это серьезное дело, требующее ответственности, самостоятельная отрасль хозяйства страны. Другие говорят о том, почему уборка мусора в Беларуси еще не стала востребованным и прибыльным делом. Ведь для получения, скажем, одной тонны ПЭТ-бутылок необходимо 273 тонны нефти и 95 метров кубических природного газа. А ПЭТ-бутылку можно перерабатывать до девяти раз.

Беларусь называют "синеокой" благодаря большому количеству озер. Беларусь называют "легкими Европы" благодаря многочисленным лесам и болотам. Беларусь называют землей "под белыми крылами" - и сейчас рядом с сельской хаткой можно увидеть гнездо аиста. До сих пор Беларусь переживает самую ужасную экологическую катастрофу - Чернобыльскую аварию, которая обернулась национальной трагедией, с последствиями которой еще придется бороться нашим внукам. К сожалению,

радиоактивное загрязнение является одной из основных причин ухудшения здоровья не только белорусской нации, но и всей Европы. Модная в советское время "переделка природы" также внесла свой вклад в ухудшение экологической ситуации в Беларуси. Осушение болот не привело к ожидаемым результатам, но уникальная биосфера была нарушена, что сразу же сказалось на экологическом состоянии всей Европы.

В сфере экологической журналистики давно обозначились проблемные темы, которые постоянно занимают ведущие строчки своеобразного рейтинга: энергетика, энерго- и ресурсосбережение; великие реки и леса, опустынивание и обезлесивание; экологически чистая и безопасная продукция; отходы производства и потребления, их переработка; новые нетрадиционные растения и перспективы их использования (генномодифицированные продукты).

Однозначно, что названными темами список не ограничивается. К тому же он подвижен. Но на данный момент именно такие публикации предлагает наша пресса.

Еще одна тема, занимающая свою нишу в средствах массовой информации - криминальная тема. К сожалению, поток публикаций на данную тему не иссякает, скорее, наоборот. Почему криминал занимает такое значительное место в наших газетах? Ответ очень прост: потому что, он в первую очередь, существует в самом обществе. Именно недостатки этого общества - безработица, социальное неравенство, понижение уровня жизни, алкоголизм, наркомания - создают питательную почву преступности, порождают общественную депрессию и наращивают потенциал общественной нестабильности". Может быть, теперь это покажется странным, но было время, когда криминал представлял собой только сводки, не было больших, на целую полосу материалов, как и не было никаких красочных коллажей.

Сейчас ситуация кардинально изменилась. В последнее время появляются журналисты с "узкой специализацией", в том числе и с криминальной. Почти в каждой газете есть корреспонденты, занимающиеся в основном только криминалом. Источниками информации для журналиста, работающего с криминалом, являются пресс-службы ГУВД, МВД, районные, городские. В последнее время наметилась тенденция к исчезновение со страниц газет криминальных сводок и репортажей с места происшествия. Также к криминальным материалам предъявляются некоторые требования со стороны редакторов газет: преступление, описываемое в газете, должно быть особенным - жестоким, кровавым, с какими-нибудь шокирующими подробностями. И самое удручающее в этом то, что такие сюжеты дает сама жизнь, вернее, совершающиеся в ней преступления. Еще одна проблема криминальной тематики - малое количество качественных публикаций. Для создания качественного криминального издания необходим тщательный маркетинг, т.е. нужно изучить рынок сбыта, основной круг читателей, как издание должно выглядеть - обязано ли оно быть цветным, а соответственно и дорогим или же наоборот, не цветным и дешевым. Нужен тщательный подход к созданию и выпуску газеты, особенно с такой тематикой. Ведь не каждый рекламодатель решится поместить свое объявление в криминальное издание.

Современное общество также всерьез обеспокоено эпидемией наркомании, ежегодно уносящей сотни тысяч человеческих жизней. В современной периодике существует ряд тем, к которым журналисты обращаются чаще всего. Журналисты пишут на темы необходимости отказа от наркотиков, наркомания рассматривается как зависимость и болезнь, от которой до конца излечиться практически невозможно. Если раньше считалось, что принимать наркотики - это модно, то в настоящее время упор делается на здоровый образ жизни, в употреблении же наркотиков нет ничего модного, веселого и интересного.

Сельская тема также занимает определенное место среди других не менее важных тем, так как является важнейшей отраслью экономики Беларуси и главной составляющей агропромышленного комплекса страны. В производстве сельскохозяйственной продукции участвуют товаропроизводители различных форм собственности и хозяйствования: сельскохозяйственные предприятия, фермерские (крестьянские) хозяйства, подсобные хозяйства населения, другие формы хозяйствования. Однако и количество убыточных организаций там пока что остается достаточно большим - 10,7% от общего количества работающих предприятий, против 2,3% в целом по экономике республики. Это является практически единственным фактором, влияющим на то, что в настоящее время уровень зарплаты в сельском хозяйстве значительно отстает от среднереспубликанского (315 тыс. белорусских рублей против 614 тыс. в среднем по республике и 1 млн 100 тыс. белорусских рублей в наиболее высокооплачиваемой отрасли республики - нефтеперерабатывающей.) Также не радует и та цифра, что по состоянию на сегодняшний день в общем объеме просроченной задолженности в Белоруссии 23,4% приходится на сельское хозяйство. Современные средства массовой информации (газеты, телевидение) чутко отражают это плачевное состояние агропромышленного комплекса страны.

Таким образом мы рассмотрели лишь некоторые темы из всего многообразия освещаемых сегодня журналистами. Тем, действительно, великое множество и охватить их все не представляется возможным. Однако всех их ообъединяет один критерий - их актуальность. Актуальность - (от позднелат. actualis фактически существующий настоящий, современный), важность, значительность чего либо для настоящего момента, современность, злободневность … (Большой Энциклопедический словарь) То, как данная публикация отзывается на злобу дня в настоящее время и будет говорить о ее актуальности. Однако темы, связанные с каким - либо событием, могут потерять свою актуальность спустя какое-то время, другие, напротив, актуальны всегда, потому как проблемы, связанные с ними, продолжают существовать в обществе. Это, например, безработица, коррупция, проституция, наркомания, алкоголизм, социальное неравенство, преступность и т.д. Однако не все так мрачно. В журналистике поднимаются и другие темы, связанные с позитивными сторонами жизни.

60. Методы воздействия на общественное мнение через СМИ.

Общественное сознание - это отражение материального отношения людей друг к другу и к природе в процессе отношения людей к действительности. (2, стр. 64) СМИ через воздействие на общество в целом воздействуют на каждого человека в отдельности, формируя определенные одинаковые эмоции и действия. Таким образом, благодаря СМИ формируется общественное мнение - состояние массового сознания, заключающее в себе скрытое или явное отношение различных социальных общностей к проблемам, событиям действительности. (2, стр. 65)

Например, существует четко сформулированное общественное мнение в отношении таких глобальных общечеловеческих проблем. Как предотвращение экологической катастрофы, термоядерной, биологической войны и т.д. Общественное мнение выступает в экспрессивной (контрольной), консультативной и директивной функциях. (2, стр. 67)

Экспрессивная функция - самая широкая по своему значению. Общественное мнение всегда занимает определенную позицию по отношению к различным политическим системам, государственной власти, какой-либо глобальной общегосударственной или общемировой проблеме. Таким образом, в данной функции общественное мнение

выступает в качестве некоей контролирующей силы по отношению к институтам власти, т.е. обладает моральной властью, но и эта власть очень эффективна, поскольку назревающие процессы недовольства общества могут привести к серьезным последствиям, возможно, даже к неким государственным изменениям.

Вторая функция - консультативная. Общество выражает свою точку зрения на какую-либо проблему и таким образом может заставить институты власти действовать определенным образом в отношении решения экономических, идеологических, политических проблем. Но эта функция будет иметь влияние на институты власти лишь в том случае, если власть прислушивается к общественному мнению. Распространению общественного мнения во многом способствует СМИ, распространяя мнения каких-либо людей.

Третья функция - директивная, проявляется в том, что общественность выносит решение по тем или иным проблемам социальной жизни, которые имеют безусловные характер. Например, изъявление народного мнения при выборах - в данном случае народ не только оказывает степень доверия тому или иному кандидату, но и выражает свое мнение.

Общественное мнение во многом определяет общественную жизнь и направляет деятельность некоторых социальных институтов, в том числе и деятельность СМИ. Поскольку СМИ стараются освещать значимые, актуальные для общества проблемы и во многом рассматривают их с точки зрения общественного мнения, можно сделать вывод, что и общественное мнение может определять деятельность СМИ. Но и само общественное мнение формируется под воздействием различных факторов, в частности из-за распространения идеологии и пропаганды, чем могут заниматься и СМИ.

В практике СМИ сегодня широко используются методы подсознательного воздействия, когда отношение общества к тем или иным явлениям окружающего мира формируется с помощью стереотипных представлений, которые внедряются в поток новостей, автоматически вызывая в массовом сознании либо отрицательную, либо положительную реакцию на конкретное событие.

Задача прессы в процессе убеждения - создать прочное, устойчивое отношение к данному явлению. Благодаря своей биологической природе, человек подвержен внушению, подражательности и заразительности.

Внушением считают воздействие на личность, приводящее к появлению у человека помимо его воли и сознания определенных чувств и / или побуждающее человека к совершению определенных действий. (9). Находясь под воздействием внушения, человек не контролирует направленное на него воздействие. Проще всего внушить человеку то, к чему он предрасположен в силу своих потребностей и интересов. Однако внушить что-то можно и вопреки его воле, вызывая определенные чувства и состояния, толкающие к совершению поступка, возможно, совершенно не следующего из принимаемых им норм и принципов поведения. Сама по себе деятельность СМИ, ставящая задачей внушить что-либо обществу, является негуманной, поскольку люди не могут контролировать направленное на них воздействие и, соответственно, оказываются бессильными перед подобными внушениями.

Задача журналиста может заключаться в большей степени в достижении собственных целей и целей организации, которую он представляет. Для направленного

воздействия на общественное мнение ему необходимо держать под контролем поток информации и манипулировать им. Пропаганда за многие годы отработала большое количество приемов для манипулирования общественным сознанием, которые действительно эффективны и позволяют влиять на массу определенным образом. Для воздействия на аудиторию журналист использует определенные методы, так, например, можно **выделить метод дезинформации.**

Смысл этого метода в том, что в определенный момент в СМИ “подается” информация, зачастую являющаяся откровенной ложью.

Во-первых, дезинформация подается, как правило, из разных источников и западает в подсознание человека, а во-вторых, дезинформация используется в момент принятия какого-либо важного решения, и когда будет известна правда - цель дезинформации уже будет достигнута. Таким образом, этот метод довольно эффективен. Но метод дезинформации является откровенно “грубым” и нечасто используется в современных СМИ. Можно сказать, что наиболее устойчивой является информация рационально осмысленная и эмоционально усвоенная человеком.

Метод семантического манипулирования предполагает тщательный отбор и специальную компоновку понятий, вызывающих либо позитивные, либо негативные ассоциации, что позволяет влиять на восприятие информации. Поскольку метод основан на определенных ассоциациях, он позволяет легко повлиять на человека в силу его привычек и убеждений.

Когда утаить информацию невозможно, часто используется метод отвлечения. Общество не терпит информационного вакуума, поэтому чтобы отвлечь аудиторию от одной информации, необходимо переключить ее внимание на другую, поданную в максимально сенсационном виде. Цель новой информации - создать отвлекающую альтернативу и снизить актуальность предыдущей информации. Способ подачи информации позволяет отправителю контролировать уровень ее восприятия аудиторией. По способу подачи материала Г.Шиллер (5, стр. 117) выделяет два метода манипулирования: метод дробления и метод немедленной подачи информации. Сущность метода дробления (фрагментации) заключается в том, что по мере усложнения телевизионных программ длительность каждого их элемента сокращается во времени, что создает противоречие между действительным содержанием какого-либо события и временем, отведенным для его демонстрации. Т.е. информация, поданная мелкими порциями, не позволяет ею эффективно воспользоваться.

Немедленность подачи информации, по мнению Г.Шиллера, не только тесно связана с методом фрагментации, но и является обязательным элементом его осуществления. Однако, такое ложное чувство срочности создает ощущение чрезвычайной важности передаваемой информации, хотя может таковой вовсе не являться, наоборот, отвлекая внимание человека от действительно значимой информации. Быстро чередующиеся сообщения об авиационных катастрофах, военных действиях, предвыборных поездках политических лидеров мешают составлению верных оценок и суждений, так как большинство важных событий обретают смысл лишь по истечении определенного времени.

Но внушение бывает не только преднамеренным, но и непреднамеренным.

Один из приемов внушения, который используется в современной журналисткой практике - создание резонанса, суть которого заключается в том, что используется предрасположенность аудитории остро реагировать на различные расовые, национальные, религиозные ситуации. СМИ манипулирует националистическими стереотипами и негативными установками для провоцирования определенных действий. Так, например, в настоящее время для россиян очень болезненным является чеченский вопрос, который практически ежедневно поднимают СМИ. Сформирован даже некий стереотип “лиц кавказской национальности”, к которым большинство граждан нашей страны относятся с подозрением.

Сообщения в СМИ подаются в эмоциональной и драматизированной форме. Экономические и социальные трудности объясняются присутствием “инородцев”, мешающих налаживанию нормальных жизненных условий. Пресса иногда поддерживает экстремистские лозунги решительного изгнания людей другой национальности. Национальные вопросы нередко связываются с религиозными.

Механизм создания “образа врага” нередко используется для создания негативной общественной реакции, в основе механизма заложена идея дегуманизации - враг представляется непохожим на вас: он другой национальности, вида, умственных способностей, кроме того, он агрессивен и ничего хорошего от него ждать нельзя. Рисуются только отрицательные черты, сведения о положительном утаиваются.

Немало внушающих элементов содержат радио- и телепередачи. Например, религиозная буддистская организация в течение длительного времени использовала популярный радиоканал для своих сомнительных проповедей. За это время она приобрела такое количество приверженцев вероучения, которое в несколько тысяч раз превышало число последователей на родине основателя учения, который был привлечен к уголовной ответственности за причастность к убийству людей.

Таким образом, элементы внушения можно “подать” в любое время в “упаковке” с новостями, передачами, фильмами; можно манипулировать человеческим сознанием с помощью радио и даже путем подачи информации в определенном виде в печатной продукции. Эти элементы западают в подсознание человека и заставляют его действовать определенным образом; поскольку взаимодействие человека со СМИ происходит ежедневно, то и влияние на общество и на каждого человека в отдельности можно назвать очень существенным. Многие методы хорошо изучены и давно стали “классикой” манипулирования. Эти методы уже настолько “срослись” с деятельностью СМИ, что стали как бы составным компонентом деятельности. В частности, воздействие массовой информации на сознание людей нередко достигается с помощью стереотипов, мифотворчества и имиджей.

Стереотипы эффективно управляют всем процессом восприятия информации. Процесс восприятия - это всего-навсего механическая подгонка еще неизвестного явления под устойчивую общую формулу (стереотип). Поэтому пресса стандартизирует сообщение, т.е. особым образом “подводит” информацию под стереотип, всеобщее мнение. Человек должен воспринимать сообщение без усилий и безоговорочно, без внутренней борьбы и критического анализа. Стереотипы формируются под воздействием двух факторов: бессознательной коллективной переработки и индивидуальной социокультурной среды, а также, безусловно, при целенаправленном идеологическом воздействии с помощью СМИ. С помощью стереотипов легко манипулировать сознанием человека, поскольку стереотип тесно связан с жизнедеятельностью общества в целом и конкретных групп людей в

частности, например, в сознании жителей нашей страны сохранилась как стереотип “философия надежды”, ориентация на идеальные образцы. У американцев существуют свои стереотипы. Люди в США воспитываются так, что не верят в безысходность ситуации: они считают, что при соответствующем умении любая задача может быть решена. У них присутствует “оптимизм до последнего”. Большинство исследователей указывают на связь стереотипов с гигантским влиянием СМИ, формирующих отношение к миру, на поведение, воспроизводящее поступки “героев”, созданных прессой, радио или телевидением. Так, например, в настоящее время неким стереотипом становится человек целеустремленный, рассчитывающий на свои собственные силы.

СМИ приучают человека мыслить стереотипами и снижают интеллектуальный уровень сообщений так, что превратились в инструмент оглупления. Этому послужил главный метод закрепления нужных стереотипов в сознании - повторение.

Еще одним методом СМИ является мифотворчество (греч. Mythos - предание, сказание) (9) - в технике внушения поддержание мифов играет огромную роль. Мифы внедряются в сознание, влияют на чувства и поведение людей. Мифы очень жизнеспособны, и их жизненность объясняется тем, что, опираясь на реальные факты и события, они воспринимаются как истина, догмат. “Событие, истинность которого субъекты общения не имели желания или возможности проверить, кажется им правдоподобным на основе их модели мира, представленной в действительности.” (4, стр. 16)

Истинные же факты зачастую воспринимаются людьми как небылицы. Именно так воспринимались рассказы афганцев о том, что они участвовали в настоящей войне, поскольку пропагандой в массовом сознании был “закреплен” миф об ограниченном введении советских войск в Афганистан.

Наверное, было бы гуманнее отказаться от мифотворчества, поскольку человек испытывает большую психологическую драму именно тогда, когда рушатся его иллюзии, а не когда он испытывает реальные трудности. В основе механизма мифологизации лежат подтасовка, сокрытие фактов, событий, документов. Но мифы всегда имеют под собой реальную основу, некое реально произошедшее событие, определенный свершившийся факт. Быстрому их распространению часто способствует низкая информационная культура, склонность к некритическому восприятию действительности. Большое количество мифов порождается условиями монополизации информации. Неосведомленность граждан позволяет властным структурам оказывать через СМИ скрытое воздействие на общественное мнение.

Если раньше свободу печати ограничивало государство, то теперь тенденции к монополизации определенными частными компаниями (РАО “ГАЗПРОМ” - газеты “РТ-Трибуна”, “Труд”, журналы “Фактор”, “Компания”, “Нефтегазовая вертикаль”; телекомпании “Прометей”, “НТВ”;. “ЛУКОЙЛ” - газета “Известия”, журнал “Нефть России”, телекомпания “REN-TV”; “ИНТЕРРОС” - “ОНЭКСИМ” - газеты “Известия”, “Комсомольская правда”, журнал “Эксперт”; Группа Березовского - Абрамовича - газеты “Независимая газета”, “Новые известия”, “Российские вести”, журнал “Огонек”, издательский дом “Коммерсант”, радиостанция “Наше радио”, телекомпании ОРТ и ТВ-6.) (3) серьезно ограничивают свободу выбора информации.

Еще один метод, позволяющий влиять на общественное мнение - это имидж.

Функции имиджа и стереотипа различны. Стереотип обозначает образ, отражающий свойства и характеристики, по крайней мере отчасти присущие объекту, имидж - это искусственно сфабрикованный образ.

Имидж создается путем навязывания определенных ассоциаций, он всегда связан с воображением. Имидж создает реальную социально-психологическую установку, определяющую поведение человека по отношению к объекту. И, поскольку воздействует на психику человека, следовательно, легко воспринимается, запоминается и потому часто используется в рекламе, имидж можно эффективно использовать как средство пропаганды, как инструмент управления сознанием. Создатели рекламы утверждают, что “люди курят не сигареты, а их образ”, ”женщины покупают не косметику, а желание быть красивой” и т.д.

СМИ формирует огромное разнообразие имиджей политиков, актеров, музыкантов, режиссеров. В немалой степени этому способствует телевидение, которое является основой создания сценического имиджа (Мэрилин Монро). Формируя имидж, СМИ формируют и представление о человеке, привлекает к нему внимание населения. Особенно запоминающимися выглядят первое время эпатажные, яркие, оригинальные образы. И, чтобы образ не стал “затертым”, СМИ часто представляют его в несколько ином “свете”, что часто вновь привлекает аудиторию.

Сложно определить наиболее эффективный метод, поскольку каждый из них оказывает определенное целенаправленное влияние. Все эти средства внушения оказывают огромнейшее влияние на человеческое сознание, заставляя самого человека действовать и думать определенным образом. Конечно, все зависит от пристрастности самого человека по отношению к средствам массовой информации, но далеко не каждый будет критично воспринимать всю информацию, обрушивающуюся с газет, радио и телевидения всякого выбора информационную ловушку.

1. Учебная дисциплина. СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 2. Формы и форматы представления социальной позиции журналиста
Тема 2.2. Задачи, решаемые современной социальной журналистикой

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Задачи современной социальной журналистики. Основные социальные миссии журналистики.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 2.2. Задачи, решаемые современной социальной журналистикой

Тенденции развития социальной журналистики, действенность и эффективность материалов на социальные темы

На современном этапе в развитии российской социальной журналистики отмечаются положительные и негативные тенденции.

Как отмечают исследователи (Т.И. Фролова, И.М. Дзялошинский и др.) в последние годы существенно изменилось творческое лицо социальной журналистики: выбор источников информации и методов работы с ними, структура использования выразительных средств, жанровые решения, формы подачи и оформление текстов.

К положительным тенденциям относятся:

1. Новости «с человеческим лицом» (возвращение жанров «зарисовка» и «очерк»).
2. Ситуативный анализ с выходом на практические рекомендации (востребованность жанра «корреспонденция», метода исследования действительности «журналистское расследование»);
3. Налаживание обратной связи с читателем (публикация читательских писем и т.д.)
4. Активизация организаторской функции журналистики (благотворительные акции, кампании, рейды, круглые столы и т. д.).

В частности особое развитие получает сфера социальной рекламы. Необходимость решения социальных проблем в стране повышает значимость данного вида рекламы и ставит задачи ее дальнейшего развития. Согласно ст. 18 Закона РФ «О рекламе» «социальная реклама представляет общественные и государственные интересы и направлена на достижение благотворительных целей». Социальная реклама носит некоммерческий характер и решает важные общественные задачи. Она призвана пропагандировать определенный образ жизни и побуждать к конкретным действиям.

5. Согласование позиций, общественная экспертиза (проведение общественных проверок и общественного контроля, например, серия документальных проектов на ТВ «Среда обитания», «Жадность», «История всероссийского обмана»).

6. Дискуссионность (СМИ становятся базой для дискуссий; в аналитических материалах представляется несколько точек зрения — мнения сторон, участвующих в конфликте, несколько вариантов решения рассматриваемой проблемы).

К негативным тенденциям относятся:

1. Стереотипизированность.

Очень важной проблемой, которую журналисты, специализирующиеся в социальной проблематике, предпочитают не трогать, является сохранение и даже развитие в общественном сознании таких представлений (стереотипов), как:

1) уверенность в том, что все социальные проблемы обязано решать государство;

2) привычка к социальной уравниловке;

3) сильно развитое чувство «социальной справедливости», понимаемой как равенство в быту и уровне жизни, а также огромный потенциал «черной зависти» к более богатому и удачливому ближнему;

4) подмена естественных форм самоорганизации людей псевдоколлективизмом и др.

2. Манипулятивность.

Многие СМИ (особенно общественно-политические) эксплуатируют социальную тематику как средство манипуляции общественным мнением. Аудитория при этом рассматривается как объект, а не субъект воздействия. Читатель (зритель, слушатель) получает либо неполную, либо недостоверную информацию. Цель выступления журналиста — заставить реципиента принять точку зрения корреспондента (редакционного коллектива, заказчика материала), чтобы достичь определенной выгоды, а не поиск решения социальной проблемы. Такие материалы (сюжеты), как правило обладают действенностью, но не эффективностью.

3. Спекуляции и упрощения.

Журналисты специально привлекают внимание к социальным проблемам, чтобы заработать авторитет (для себя, редакции). При этом целевой аудитории не предлагаются конкретные варианты решения проблемы. У материалов (сюжетов) нет действенности.

4. Сенсационность.

СМИ рассматривается как коммерческий проект (бизнес), поэтому эксплуатируются интересы целевой аудитории. Основной темой выбирается частная жизнь известных людей (общественных деятелей, звезд и др.) и обычных граждан (скандалы, сенсации, маргинальные явления). Яркий пример — программа «Пусть говорят» (проект «Первого канала»), газета «Комсомольская правда».

4. Негативизм.

Эксплуатируются только негативные примеры решения вопросов социальной сферы (разоблачения действий чиновников, описание случаев нарушения моральных запретов, акцентирование внимания на криминальных сторонах жизни).

6. Журналистская некомпетентность.

7. Морализатроство.

8. Интолерантность и авторитарность.

Проведенное М. Урновым исследование показало, что сегодня общественное мнение отчетливо склоняется к авторитарным технологиям организации общественной жизни. В ряде случаев авторитарные позиции разделяют 60-75% опрошенных. Это, в частности, касается:

— желания ограничить проживание в России «лиц кавказской национальности»;

— мнений, что «Россию должны бояться, только тогда ее будут уважать» и что «нашей стране нужны не столько законы и политические программы, сколько сильные, энергичные лидеры, которым бы верил народ»;

— стремления видеть государство собственником ключевых отраслей экономики;

— страха, что Россия потеряет независимость, если в ТЭК и железные дороги допустить иностранный капитал;

— убежденности, что устрожение наказания – это эффективный инструмент снижения преступности, что казнить террористов надо публично и что при определенных обстоятельствах вполне допустимо держать человека в тюрьме без суда.

Основные характеристики морально-психологической атмосферы, в которой развивается нынешняя склонность российского общества к агрессивно-нетерпимому авторитаризму, таковы:

— высокий уровень недоверия людей к представителям государственной власти (более 70% опрошенных считают, что «большинство чиновников в России – это воры») и друг к другу;

— нелюбовь к богатым людям (2/3 опрошенных), сочетающаяся с желанием стать богатыми (2/3 опрошенных); причем не менее половины желающих стать богатыми (1/3 опрошенных) хотят этого, несмотря на уверенность, что для обогащения нужно воровать и иным образом нарушать закон.

1. Учебная дисциплина. СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 3. Темы, проблемы и жанры в современной социальной журналистике

Тема 3.1. Основные темы и жанры

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Анализ актуальных социальных проблем и вопросов, которые поднимаются в материалах данного направления, а также изучение особенностей и специфики различных жанров, используемых в социальной журналистике	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 3.1. Основные темы и жанры

Информационные жанры в социальной журналистике

Социальная журналистика использует возможности всех жанров. Жанр журналистского произведения по определению С. М. Гуревича - это устойчивые особенности его тематических и содержательных характеристик, типа отображаемой действительности, стилистики, композиции.

Отсюда можно выделить такие жанровые составляющие, как:

- Тема
- Цель
- Структура
- Объем
- Способ подачи материала
- Метод сбора информации
- Стилистические особенности.

Информационные жанры дают возможность анонсировать и проводить разного рода информационные кампании, акции. Общественная журналистка ставит на первый план не права журналистов, а их обязанности перед обществом. То есть, руководители, редакторы и журналисты новостных служб выполнять свою работу таким образом, чтобы она помогала людям преодолевать чувство отчужденности, апатии, бессилия, а также побуждала к действию, подталкивала к активному участию в гражданских акциях. Но информационные жанры - интервью, заметка, отчет, репортаж - не могут дать столь широкую картину действительности, как аналитические жанры, и не могут так эмоционально и ярко воздействовать на публику, как художественно-публицистические жанры.

Этим обусловлено то, что социальная журналистика чаще всего обращается к аналитическим жанрам.

Аналитические жанры социальной журналистики

На страницах общественно-политических изданий наиболее востребованы такие темы как:

- Социальная защита граждан;
- Проблемы качества медицинского обслуживания, образования;
- Проблемы занятости населения;
- Проблемы демографии и т.д.

И в качестве приоритетных жанров для освещения этих тем выбирается именно аналитика. Жанровыми предпочтениями журналистов является статья, корреспонденция, репортаж, обозрение, так как они являются наиболее приемлемыми для изложения социальной проблематики. При рассмотрении социальных проболеем журналисты эффективно используют журналистское расследование. Как правило, его результаты представляются читателю в форме корреспонденций и репортажей.

Характерная черта аналитических материалов социальной журналистики - повышенное внимание к человеку, который находится в центре каждого материала. Это и участники событий, и пострадавшие, и наблюдатели, и обвиняемые, и просто прохожие, и эксперты. Подобная насыщенность «человеческим» придает публикациям еще боле остросоциальный характер, делает их нацеленными на решение реальных проблем.

Для создания социальных публикаций в рамках аналитической журналистики применяются разные методы. Например, вопросы в заголовочных комплексах подчеркивают социальную направленность, намекают на анализ. Авторы создают свой особый образ, который читателем угадывается из текста. Это делает журналиста ближе к читателю, позволяет ему стать «своим» и упрощает выполнение основной задачи социальной журналистики.

Социальная составляющая ярко проявляется и в выборе лексики. Эту задачу хорошо выполняют риторические вопросы.

Художественно-публицистические жанры социальной журналистики

В социальной журналистике большие возможности имеет группа художественно-публицистических жанров. В центре любой подобной публикации находится человек. Особенный вес в связи с этим приобретают очерк и зарисовка. Героями этих материалов, как правило, являются те, кому необходима особая поддержка - многодетные семьи, ветераны, люди, оказавшиеся в сложной жизненной ситуации.

Часто в публикациях встречается описание работников «простых» профессий, целью которых является создание положительного образа обычного труженика. По мнению исследователей, наибольшими выразительными возможностями обладает проблемный очерк. Эта разновидность жанра дает корреспонденту возможность описать социальную проблему как препятствие, которые пытаются преодолеть оказавшиеся в одинаковой ситуации люди. Подобные материалы имеют большой воздействующий потенциал, так как иллюстрация проблемы происходит через столкновения интересов, конфликты людей. А исследование этих конфликтов и развитие их позволяет автору раскрыть суть проблемы, а также наметить возможные варианты ее решения.

Главным назначением оценочных суждений, по мнению А. В. Калачинского, является то, чтобы сообщая факты, воздействовать на мнение и поведение людей. Это воздействие основано на том, что изменение отношения человека к реальной действительности происходит не столько под воздействием сообщения о событиях, сколько потому, что в тексте эти факты получают определенную социально-политическую окраску благодаря оценке с ой или иной позиции.

Среди используемых средств необходимо отметить поиск необычного героя. это дает возможность взглянуть на проблему с совершенно другого ракурса и тем самым заинтересовать читателя. Также журналисты активно используют изобразительно-выразительные средства, такие, как метафора, сравнение, повтор и т.д. Коммуникативную эффективность материала обеспечивает проведение художественных параллелей.

В проблемном очерке воедино соединяются человек и проблемная ситуация, что делает публикацию в данном жанре социальной. Именно за ходом проблемной ситуации в своей публикации следит очеркист. Здесь автор выясняет причины возникновения проблемы, а также пытается определить дальнейшее ее развитие, найти пути решения. В очерке проблема выступает в качестве преграды, которую пытаются преодолеть конкретные люди с их достоинствами и недостатками. Проблема часто проявляется через столкновения интересов людей, через конфликт.

И добраться до сути проблемы можно исследуя эти конфликты. Невозможно написать проблемный очерк, не разобравшись в области деятельности, которая в нем затрагивается. Только глубокое проникновение в суть дела позволит автору прийти к точному пониманию проблемы, лежащей в основе ситуации и описать ее в своем очерке соответствующим образом.

1. Учебная дисциплина. СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 3. Темы, проблемы и жанры в современной социальной журналистике
Тема 3.2. Основные площадки социально-ответственной журналистики

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Социальная миссия журналистики. Основные источники социальной информации.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Лекция

Тема 3.2. Основные площадки социально-ответственной журналистики

Журналистика социальной ответственности

Эта концепция возникла в США в середине XX века. Оформилась она в ходе работы Комиссии по свободе печати, в частности из трудов ее члена **Уильяма Хокинга**, профессора философии Гарвардского университета.

1. Основными целями СМК, согласно этой модели, как и в либеторианской, остаются информировать, развлекать и продавать, но главной задачей называется переводить конфликты в рамки дискуссии;
2. Использовать трибуну СМК может каждый, если у него есть что сказать;
3. Деятельность СМК контролируется мнением общества, действиями потребителей и профессиональной этикой журналистов;
4. Запрещается серьезное вмешательство в частную жизнь и жизненно важные общественные интересы;
5. СМК находятся в частных руках, если только правительство не вынуждено взять часть из них (или учредить новые) в свои руки в интересах общества;
6. СМК должны взять на себя обязательства по социальной ответственности, в противном случае их должны к этому принудить.

Какими изменениями в американском обществе вызвано появление этой концепции? Во-первых, общество на деле смогло убедиться, что в условиях монополизации промышленного капитала перестает работать модель демократического капитализма, когда эгоистические интересы каждого отдельного предпринимателя автоматически приводили к общему благу. Все настойчивее стали звучать требования к деловым

кругам об осознании своей ответственности перед обществом, в качестве закона деловой жизни выдвинут императив «потребитель – прежде всего».

Что касается потребителя продукции средств массовой коммуникации, то изменения коснулись и его. С одной стороны, он значительно вырос количественно и стал куда требовательнее относиться к качеству информационно-развлекательного продукта. Но с другой стороны, способность потребителя продукции масс-медиа самостоятельно искать истину на свободном рынке идей, что являлось ядром либертарианской концепции СМИ, была, увы, подвергнута сомнению. В новых социальных условиях человек представляется пассивным и апатичным. Да, он способен прибегать к разуму, но не любит этого делать. Его цель не искать истину, а удовлетворять свои непосредственные потребности и желания. Поэтому он становится легкой добычей информационных манипуляций – пропагандистских, моральных, рекламных и т.д.

Все эти соображения были учтены Комиссии по свободе печати при выдвижении концепции социальной ответственности прессы. Что в результате изменилось?

Индивидуализм, то есть приоритет личности перед обществом, как философская основа либертарианства, был заменен коллективистской теорией приоритета общества перед личностью. Соответственно, либертарианский лозунг «свобода от всяких внешних ограничений» был заменен другим положением: «свобода для чего-то» (в данном случае для блага общества). При серьезной постановке дела, а американцы взялись за дело всерьез, достижение столь благих целей возможно, как вы понимаете, только при наличии определенных инструментов, а именно: хорошего финансирования, арсенала современных технических средств, законодательного обеспечения доступа к информации и т.д. Однако, понятно, что тут сразу возникает другая проблема, так как при получении таких инструментов появляется зависимость от тех, кто все эти инструменты дает. Иными словами признается, что пресса, хоть и по-прежнему свободна от всякого принуждения, однако не свободна от давления на нее. То есть здесь мы опять попадаем в замкнутый круг, опять является знакомый нам персонаж – «*уроборобос*», этот вечно голодный мировой змей, который вцепляется в свой собственный хвост.

Комиссия по свободе слова учла то обстоятельство, что средства массовой информации в США, оказавшись в результате критики общественности под реальной угрозой установления государственного регулирования над прессой, стали спешно предпринимать шаги в сторону самоограничения и саморегулирования. Выражалось это в принятии профессиональных кодексов. Каких?

Самый ранний из профессиональных кодексов, который называется «Каноны журналистики», был принят Американским обществом редакторов газет еще в 1923 г. Кодекс призывал газеты работать с чувством ответственности к общественному благу, соблюдая искренность, честность, правдивость, порядочность, беспристрастность и уважение к частной жизни человека. То есть, казалось бы, все в этом документе есть и даже странным может показаться, что проблема возникла вновь. В том же духе были составлены в 1930 году – кодекс киноиндустрии, в 1937 году – кодекс радиовещателей, а в 1952 году – кодекс телевещания. Эти последние документы уже отражали изменившиеся условия работы прессы, однако не надо забывать, что радио и телевидение в США, как и в нашей стране, изначально регламентировались правительством. Еще в 1927 году Конгресс создал Федеральную комиссию радиовещания с целью распределения радиочастот и наблюдения за

содержанием программ. А в 1934 г. по закону о связи была создана Федеральная комиссия связи – постоянная правительственная организация, выдающая лицензии на вещание и надзирающая за эфиром. Порядок здесь был такой: вещательные компании, приобретая лицензии, становились лишь попечителями эфира, тогда как государство выступало в качестве его владельца. Таким образом, и радио, и телевидение в США было выведено из либертарианской системы журналистики задолго до того, как были выдвинуты положения о социальной ответственности прессы, о которых мы сейчас говорим.

Что записано в профессиональных кодексах радио- и телевещателей США? Что необходимо соблюдать этические нормы, стимулировать развитие демократических форм правления через просвещение общества, поддерживать общественную нравственность, а также устанавливать определенные рамки для рекламы в общем объеме вещания и при этом поддерживать ее высокие стандарты.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО

2. Тема практического (семинарского) занятия -

РАЗДЕЛ 1. Исторические предпосылки и принципы современного функционирования социальной журналистики

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие социальной журналистики: узкое и широкое понимание	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Предмет и задачи соцжурналистики.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Технологии социальной журналистики.
2. Информационные кампании, акции как инструментарий социальной журналистики.
3. Акции социальной журналистики в регионах РФ.
4. Изменение российских реалий ? ?новые? СМИ и СМК.
5. Применение информационных кампаний в деятельности СМИ и технологий информационного взаимодействия.
6. Новые правила и обобщение опыта проведения журналистских акций.
7. Мобилизационные кампании как способ воздействовать и влиять на мнение и поведение людей
8. Профилактические способы и стратегии, приносящие положительный результат, в проведении социальных акций.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия: ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ И ПРИНЦИПЫ СОВРЕМЕННОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Форма практического задания: доклад, дискуссия по темам докладов

Темы докладов

1. Социальные права граждан в российских печатных СМИ.
2. Социальная ситуация в стране и проблемы, поднимаемые в прессе.
3. Социальная журналистика в электронных и печатных СМИ: специфика подачи, жанровое своеобразие.
4. Социальные проблемы в прессе глазами журналистов.
5. Специализированные издания социальной направленности

Право на равную оплату за равный труд, на безопасность труда и справедливое вознаграждение на страницах татарстанской и российской прессы.

Безработица и трудоустройство - социальная проблема нынешнего столетия на страницах российских газет.

Право на жилище, ипотеку и кредитования молодым семьям на страницах татрстанских изданий.

Поддержание здоровья и тема здравоохранения на страницах местной и российской прессы.

Сетевые СМИ и социальная проблематика.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1
форма рубежного контроля – Контрольная работа

1. Понятие социальной журналистики
2. Критерии социальной журналистики
3. Узкое и широкое определение социальной журналистики
4. Появление и современное функционирование социальной журналистики в мире
5. Появление и современное функционирование социальной журналистики в России.
6. Тенденции развития современной соцжурналистики
7. Предмет и задачи социальной журналистики
8. Критерии социальной журналистики
9. Источники социальной информации
10. Роль автора в социальной журналистике
11. Социальная миссия журналистики
12. Отличие социальной журналистики от традиционной

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО

2. Тема практического (семинарского) занятия -

РАЗДЕЛ 2. Формы и форматы представления социальной позиции журналиста

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Различные методы и подходы к созданию журналистских материалов, направленных на привлечение внимания к социальным проблемам и активизацию гражданского общества. Сравнительный анализ основных платформ социальной журналистики	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Задачи современной социальной журналистики. Основные социальные миссии журналистики.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Социальная проблематика российских медиа на примере региональных телекомпаний.
2. Социальная практика телевизионных проектов.
3. Социальные проекты региональных телекомпаний
4. Проект Помощь детям,
5. Проект Поддержка пожилых людей,
6. Проект Помощь конкретным людям, попавшим в беду,
7. Проблема доступной среды для инвалидов,
8. Социальные проблемы города, района, поселка,
9. Социальные болезни общества
10. СПИД как социальная проблема
11. Наркомания как социальная проблема
12. Способ организации и проведение медийных мероприятий.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия: ФОРМЫ И ФОРМАТЫ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЗИЦИИ

Форма практического задания: доклад, дискуссия по темам докладов

Темы докладов

Сетевые СМИ и особенности подачи социальной информации.

Место журналистики в социальных проблемах общества. Анализ существующей практики.

Эйджизм на страницах современных изданий.
Материнство и детство на страницах региональной прессы.
Семейно-бытовые конфликты. Истоки и их разрешение на страницах региональных изданий.
Жилищное коммунальное хозяйство и их представление на страницах специализированных изданий.
Социальная журналистика и ее место в региональном пространстве. Контент-анализ местной прессы.
Социальные проблемы и их представление в СМИ на страницах российских региональных изданий.
Социальные проблемы и их представление в электронных и печатных СМИ.
Сходства и различия социальных взглядов журналистов в местной и общероссийской прессе. (На примере двух изданий).
История социальной журналистики (на примере одного татарстанского издания).
Проблемы ?социалки? и ее освещение журналистами (на примере татарстанской или общероссийской газеты).

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля –Контрольная работа

1. Основные традиционные тенденции и приемы в социальной журналистике
2. Редакционная политика российских СМИ в освещении социальных вопросов
3. Особенности разнообразных платформ для работы в социальной сфере
4. Основные тенденции и приемы в новой социальной журналистике
5. Формы взаимодействия с гражданским обществом
1. Прагматический аспект социальной журналистики
6. Социальная миссия западной журналистики
7. Социальная миссия православной журналистики
8. Журналистика как участник социальных акций
9. Благотворительность как социальная функция СМИ
10. Роль автора в социальной журналистике
11. Специфика региональной социальной прессы
12. Жанровая специфика социальной журналистики

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы

высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

1. Учебная дисциплина. СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО

2. Тема практического (семинарского) занятия -

РАЗДЕЛ 3. Темы, проблемы и жанры в современной социальной журналистике

3. Цели занятия.

Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в сфере современных интегрированных коммуникаций и практических навыков для выполнения творческих заданий с использованием средств различных модусов, с их последующим применением в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Анализ актуальных социальных проблем и вопросов, которые поднимаются в материалах данного направления, а также изучение особенностей и специфики различных жанров, используемых в социальной журналистике.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Социальная миссия журналистики. Основные источники социальной информации.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Освещение проблемы социального неравенства в татарстанских СМИ
2. Освещение проблемы социального неравенства в газете (Республика Татарстан)
3. Освещение проблемы социального неравенства в (Казанские ведомости)
4. Как на страницах региональных изданий представлен человек.
5. Какие первоочередные социальные проблемы волнуют журналистов и читателей (журналистика-зеркало общества).
6. О чем пишут и как освещают социальную проблематику на страницах татарстанской прессы.
7. Анализ публикаций федеральных газет
8. Освещение темы социального неравенства в издании (Известия),
9. Освещение темы социального неравенства в издании (Комсомольская Правда),
10. Рассмотрение социального диссонанса в обществе.
11. Роль телевидения в освещении социального неравенства.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Тема практического занятия: ТЕМЫ, ПРОБЛЕМЫ И ЖАНРЫ В СОВРЕМЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

Форма практического задания: доклад, дискуссия по темам докладов

Темы докладов

1. Перечислите основные виды деятельностей, пересекающихся в массово-коммуникационном процессе. Кто является их субъектами?
2. Субъектами какой деятельности могут быть владельцы и учредители СМИ? Какими методами изучается их влияние на деятельность СМИ?
3. Каковы цели и задачи социологического изучения редакций и журналистов?

4. Какими методами проводятся исследования журналистов?
5. Особенности современного журналистского образования.
6. Каковы основные черты социологического портрета российского и зарубежного журналиста в прошлом, настоящем и будущем?
7. Понятие и признаки социологической культуры журналиста и редакции.
8. Социологическая культура как важный элемент профессиональной культуры журналиста.
9. Феномен академической и практической социологической культуры журналиста.
10. Роль социологического знания при определении концепции издания.
11. Социологический инструментарий журналиста и его применение.
12. Цели, задачи и формы социологической службы редакции СМИ.

Тема практического занятия: ***Основные площадки социально-ответственной журналистики***

Форма практического задания: Дискуссия.

Темы дискуссий

1. Текст как объект литературного редактирования.
2. Значение редакторского опыта писателей и публицистов для современного редактора.
3. Психологические основы редактирования.
4. Логические основы редактирования.
5. Работа над композицией авторского материала.
6. Работа над фактическим материалом.
7. Работа над языком и стилем публикаций.
8. Виды текстов и особенности работы редактора над ними.
9. Виды правки.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – Контрольная работа

1. Анализ жанрового разнообразия современной социальной журналистики
2. Основные темы социальной журналистики
3. Социальные дезориентации в СМИ (уровни, причины, резонанс)
4. Освещение чрезвычайных ситуаций как одна из социальных функций СМИ
5. Социальная миссия экологически ориентированного СМИ
1. Социальная миссия трэвел-журналистики
6. Веб-документалистика: современное состояние, преподавание, опыт разработки социальных проектов
7. Социальная журналистика: образовательные аспекты
8. Формирование установки толерантности средствами социальной журналистики
9. Общая характеристика российских общественно-политических социально-ориентированных изданий
10. Гражданская журналистика как разновидность социальной журналистики
11. Социальное взаимодействие и журналистика

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Написание контрольной работы.

Контрольная работа - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель контрольной работы состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании контрольной работы слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания контрольной работы разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы контрольной работы преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы контрольной работы может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Контрольная работа проводится письменно, по объему не более 5-х печатных листов.

Требования к оформлению контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в контрольную работу нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем контрольной работы, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. Исторические предпосылки и принципы современного функционирования социальной журналистики

Тема 1.1. Основные понятия, зарождение и развитие социальной журналистики

Не предусмотрено

Тема 1.2. Основные принципы функционирования и взаимодействия с гражданским обществом современной социальной журналистики.

Не предусмотрена.

РАЗДЕЛ 2. Формы и форматы представления социальной позиции журналиста

Тема 2.1. Основной арсенал разнообразных форм подачи материалов в социальной журналистике

Не предусмотрено

Тема 2.2. Задачи, решаемые современной социальной журналистикой

Не предусмотрено

РАЗДЕЛ 3. Темы, проблемы и жанры в современной социальной журналистике

Тема 3.1. Основные темы и жанры

Не предусмотрено

Тема 3.2. Основные площадки социально-ответственной журналистики

Не предусмотрено

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ТРЕНДЫ ЖУРНАЛИСТИКИ И НОВЫХ МЕДИА

Направление подготовки
«42.03.02 Журналистика»

Направленность
Журналистика

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Москва, 2025 г.

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При

неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО И СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ	
Тема 1.1. Информационное общество и проблемы его становления и развития	Теории постиндустриального общества. Концепция «информации» в теориях современного общества. Информация как экономический ресурс. Концепция информационного общества. Процесс становления и развития информационного общества и связанные с ним проблемы. Информационное общество в XX1 в.
Тема 1.2. Средства массовой коммуникации в информационном обществе	Интернет как основной источник информации в информационном обществе, его достоинства и недостатки, влияние на СМИ. Основные функции СМИ в информационном обществе: регулирующая, информационная, культурологическая. Роль СМИ в политике, экономике и духовной сфере информационного общества. Средства массовой коммуникации как фактор манипуляции сознанием масс. Роль СМК в массовизации личности, стандартизации взглядов и поведения людей. СМК как орудие информационных войн
РАЗДЕЛ 2. ЦИФРОВИЗАЦИЯ И МЕДИКОНВЕРГЕНЦИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ	
Тема 2.1. Цифровизация в информационном обществе. История возникновения «цифровой» журналистики	Цифровизация как процесс модернизации человеческой цивилизации за счёт внедрения цифровых технологий во все сферы жизни общества. Основные свойства цифровизации: комплексность, глобальность, неотвратимость. Элементы цифровизации и ее сферы

	(политическая, экономическая, социальная, духовная). Тренды цифровизации. Преимущества и недостатки цифровизации в информационном обществе. От телетекста к цифровой журналистике: основные этапы развития одной из наиболее перспективных форм современной журналистики
Тема 2.2. Медиаконвергенция журналистики в информационном обществе	Понятие «медиаконвергенция» и основные подходы к его истолкованию. Трансформация института СМИ в условиях медиаконвергенции. Появление интернет-версий мировых СМИ. Развитие аудиовизуального контента на сайтах печатных СМИ. Особенности развития сайтов вещательных СМИ. Выход СМИ в социальные сети. Особенности контента для социальных сетей. Развитие инфографики на сайтах СМИ
РАЗДЕЛ 3. ВЛИЯНИЕ ПРОЦЕССОВ ЦИФРОВИЗАЦИИ И КОНВЕРГЕНЦИИ НА СТАНОВЛЕНИЕ НОВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ В ОБЛАСТИ РАЗВИТИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ И НОВЫХ МЕДИА	
Тема 3.1 Актуальные тенденции цифровой журналистики и новых медиа	Мультимедийность цифровой журналистики и новых медиа. Рост роли визуализации данных и информации. Влияние аудитории на цифровую журналистику и новые медиа. Интерактивность как ключевая тенденция развития цифровой журналистики и новых медиа. Инновационные способы представления информационного контента. Эволюция жанров и форматов. Кроссплатформенность, кроссмедийность и трансмедийность медиаконтента. Причины и последствия роста применение мультимедийного (трансмедийного) сторителлинга и увеличения спроса на «вдумчивую журналистику». Датацентричность цифровой журналистики и новых медиа
Тема 3.2 Возникновение новых компетенций журналистов и специализации журналисткой профессии как следствие процессов цифровизации и конвергенции журналистики	Новые информационные технологии как средство повышения эффективности журналистики. Автоматизация работы ньюсрумов. Новые профессии, компетенции и навыки журналистов. Формирование тенденции расширения журналистских подпрофессий. Появление новых подразделений в редакциях, роботизированных и дата-отделов, отделов визуализации и виртуальной / дополненной реальности и др. Возникновение и развитие таких современных феноменов, как мультимедийная журналистика, иммерсивная журналистика, автоматизированная и роботизированная журналистика, а также журналистика данных

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся;

углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме

дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО И СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Тема 1.1. Информационное общество и проблемы его становления и развития

Вопросы для самоподготовки:

1. Дайте характеристику основным теориям постиндустриального общества;
2. Какая роль отводится «информации» в теориях современного общества?
3. Какие концепции информационного общества Вам известны?
4. Охарактеризуйте основные проблемы, связанные со становлением и развитием информационного общества;
5. Почему интернет является основным источником информации в информационном обществе?

Тема 1.2. Средства массовой коммуникации в информационном обществе

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие основные достоинства и недостатки интернета как источника информации Вы знаете?
2. Какое влияние оказывает интернет на СМИ в информационном обществе?
3. Какие основные функции выполняют СМИ в информационном обществе?

4. Какую роль играют СМИ в политики, экономике и духовной сфере информационного общества?

5. Какую роль играют средства массовой коммуникации в массовизации личности, стандартизации взглядов и поведения людей?

6. Могут ли использоваться средства массовой коммуникации как орудие информационных войн?

РАЗДЕЛ 2. ЦИФРОВИЗАЦИЯ И МЕДИКОНВЕРГЕНЦИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Тема 2.1. Цифровизация в информационном обществе. История возникновения «цифровой» журналистики

Вопросы для самоподготовки:

1. Охарактеризуйте цифровизацию, как процесс модернизации человеческой цивилизации за счёт внедрения цифровых технологий во все сферы жизни общества;

2. Дайте характеристику основным свойствам процесса цифровизации;

3. Какие сферы человеческой деятельности затрагивает процесс цифровизации в первую очередь,

4. Опишите основные тренды цифровизации;

5. Какие преимущества и недостатки присущи процессу цифровизации в информационном обществе?

6. Дайте характеристику основным этапам становления и развития цифровой журналистики.

Тема 2.2. Медиаконвергенция журналистики в информационном обществе

Вопросы для самоподготовки:

1. Что означает понятие «медиаконвергенция» и каковы основные подходы к его определению?

2. Как осуществляется трансформация института СМИ в условиях медиаконвергенции?

3. Какими особенностями должен обладать контент, разработанный для социальных сетей?

4. Как происходил процесс развития инфографики на сайтах СМИ?

РАЗДЕЛ 3. ВЛИЯНИЕ ПРОЦЕССОВ ЦИФРОВИЗАЦИИ И КОНВЕРГЕНЦИИ НА СТАНОВЛЕНИЕ НОВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ В ОБЛАСТИ РАЗВИТИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ И НОВЫХ МЕДИА

Тема 3.1 Актуальные тенденции цифровой журналистики и новых медиа

Вопросы для самоподготовки:

1. В чем проявляется мультимедийность цифровой журналистики и новых медиа?

2. Какие причины обусловили рост визуализации данных и информации в информационном обществе?

3. Какое влияние оказывает целевая аудитория на цифровую журналистику и новые медиа?

4. Дайте характеристику основным инновационным способам представления информационного контента;

5. Опишите процесс эволюции жанров и форматов цифровой журналистики и новых медиа;

6. В чем причины и каковы последствия роста мультимедийного сторителлинга и увеличения спроса на «вдумчивую журналистику»?

7. Дайте характеристику основным фактором, формирующим датацентричность цифровой журналистики и новых медиа.

Тема 3.2 Возникновение новых компетенций журналистов и специализации журналисткой профессии как следствие процессов цифровизации и конвергенции журналистики

Вопросы для самоподготовки:

1. Как новые информационные технологии влияют на повышение эффективности журналистики?
2. Какие новые журналистские профессии появились и каких новых компетенций и навыков они требуют от журналистов?
3. Каково влияние современных информационных технологий на расширение журналистских подпрофессий?
4. Каковы причины возникновения и перспективы развития мультимедийной журналистики?
5. Каковы причины возникновения и перспективы развития иммерсивной журналистики?

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Общая теория коммуникации»* предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических и лабораторных занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту в области медицины общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего,

описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами,

вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной

негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;

– в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;

– знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;

– свободное владение терминологией;

– ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;

– единичные ошибки в терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;

– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;

– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

– незнание терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по учебной дисциплине.

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	**Максимальная рейтинговая оценка, баллов**
академическая активность	*10*
практические задания	*40*
из них: текущие практические задания	*20*
итоговое практическое задание	*20*
рубежи текущего контроля	*30*
ИТОГО:	***80***

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	**Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации**
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических

13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

Если результат контроля успеваемости в рамках проведения контрольных мероприятий промежуточной аттестации (рубежный рейтинг обучающегося) неудовлетворительный (получено менее 13 рейтинговых баллов), то промежуточная аттестация по учебной дисциплине (модулю) невозможна даже при наличии высокого текущего рейтинга, полученного по итогам текущего контроля по учебной дисциплине (модулю).

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) ЭТИКА ЖУРНАЛИСТСКОЙ РАБОТЫ

Направление подготовки
«42.03.02 Журналистика»

Направленность
«Журналистика»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных

используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе

обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
   - наименование факультета;
   - тема презентации;
   - фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
   - фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
   - год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

– титульный лист;

- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема лекционного занятия:
Раздел 1. Основы профессиональной этики журналиста

Тема 1.1. Право и этика журналистской деятельности

Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о понятии и юридических аспектах этики журналистской деятельности.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

В последнее время и среди читателей, и среди работников печати часто идут разговоры о журналистской этике. Интерес к нравственным сторонам труда журналиста обострился из-за той исключительной роли, которую средства массовой информации играют в нынешних переменах. Расширились возможности прессы. Однако, и это проявилось в наши дни особенно ясно, свобода всегда оборачивается произволом, если пишущий глух к моральным доводам.

Как известно, при Правлении Союза журналистов СССР создан Совет по этике и праву. Среди его задач первое место занимает разработка кодекса профессиональной морали. Этот кодекс должен впитать опыт, накопленный советской прессой, и потому очень важно, чтобы к его созданию подключилось как можно больше членов союза.

При работе над документом целесообразно учесть и практику, которая сложилась за рубежом. Кодексы профессиональной этики существуют во многих странах, и, очевидно, стоит познакомить с некоторыми из них советских журналистов.

Особое место в этом ряду занимают международные принципы журналистской этики. Они были приняты на IV Консультативной встрече международных и региональных профессиональных журналистских организаций, проходившей в 1983 году в Праге и Париже. На встрече присутствовали представители Международной организации журналистов (МОЖ), Международной федерации журналистов (МФЖ), Международного католического союза прессы (ЮСИП), Латиноамериканской федерации журналистов (ФЕЛАП), Латиноамериканской федерации работников печати (ФЕЛАТРАП), федерации арабских журналистов (ФАЖ), Союза африканских журналистов и Конфедерации журналистов АСЕАН. Эти организации объединяют более 400 тысяч человек.

Разработка и согласование международных принципов профессиональной этики, которые называют «демократическим минимумом» современного журналиста, потребовали большой предварительной работы. Базой для сотрудничества весьма различных по своим целям организаций стала «Декларация ЮНЕСКО об основных принципах, касающихся вклада органов информации в дело укрепления мира и международного взаимопонимания, прав человека, борьбы против расизма, апартеида и подстрекательства к войне».

Под эгидой ЮНЕСКО после 1978 года, когда и была принята названная декларация, прошло несколько консультативных встреч. В 1980 году в Мехико участникам второй встречи удалось согласовать основные принципы журналистской этики. Эти принципы отображают требования, зафиксированные в многочисленных национальных и региональных кодексах, а также в международных документах юридического характера.

Четвертая консультативная встреча (Прага и Париж, 1983 г.) вновь подтвердила высокую значимость Декларации ЮНЕСКО и особенно ее положения о том, что «свобода мнений, свобода выражения и свобода информации, признаваемые неотъемлемой частью прав человека и основных свобод, являются основным фактором укрепления мира и международного взаимопонимания».

Была признана огромная роль информации и коммуникации как в национальных, так и в международных отношениях, а также возрастающая социальная ответственность журналистов в современном мире. Участники встречи высказали мнение, что согласованные ими принципы профессиональной этики должны стать «международной основой и источником вдохновения» при создании национальных и региональных этических кодексов. Участники встречи полагали, что в разных странах этим делом журналистские организации должны заниматься самостоятельно, учитывая свои национальные и иные особенности.

Журналистская этика — это общие правила и принципы, определяющие поведение и действия журналистов. В основном речь идет о беспристрастности и честности, уважении к частной жизни других лиц, независимости, правах человека и т.д.

Наиболее известные документы на эту тему:

- Парижская декларация содержит Международные принципы профессиональной этики в журналистике
- Европейский кодекс деонтологии* журналистики

* деонтология — это наука о морали и нравственности

Также практически в каждой стране есть Национальные кодексы журналистской этики. Для примера возьмем Кодекс этики журналистики Ассоциации польских журналистов. В нем говорится:

— Задача журналистов заключается в том, чтобы предоставлять точную и объективную информацию, а также принимать участие и освещать общественные дискуссии.

— Свобода слова и выражения должны сопровождаться ответственностью за публикации в прессе, на радио, телевидении или в интернете.

— Интерес читателей, слушателей и зрителей и общественный интерес должен иметь приоритет над интересами автора, редактора, издателя или вещателя.

— Объективная информация должна быть четко отделена от интерпретации и мнения. Информация должна быть сбалансированной и точной, так чтобы читатель мог отличить факт от гипотезы и сплетни, и должна быть представлена в надлежащем виде и на основе надежных и по возможности разных источников.

— Какие-то цифры или факты могут быть неточными, но они не могут специально искажаться или быть результатом внешнего давления.

— Ошибки требуют немедленного исправления, как можно скорее, даже если они не были ошибками автора или редакции, и независимо от того, кто подал заявление на исправление.

— При сборе материалов не разрешается использовать методы незаконные и неэтичные, например, скрытые камеру и микрофон. «Прослушка» допускается только в случае проведения журналистских расследований, проводимых на благо общества.

— Нельзя нарушать неприкосновенность частной жизни и интимной сферы. Исключение может быть в соответствующих обстоятельствах — например, в сфере журналистских расследований.

— Журналист обязан сохранять в тайне источник информации, имена и внешний облик информатора, если он просит этого от него.

— Нельзя изменять смысл интервью или мнения, полученных от спикеров.

— Интервьюируемому должно быть сказано как будет использоваться его заявления. Высказывания детей могут быть использованы только с согласия родителей или законных опекунов.

— Журналист должен проявлять уважение к людям, независимо от их идеологических различий, культурных или моральных, что вовсе не означает поддерживание их взглядов.

— Необходимо заботиться о том, чтобы не навредить людям физически или умственно неполноценным, старым и больным, беспомощным.

— С осторожностью необходимо сообщать о новых методах лечения, когда они еще не полностью протестированы и являются только экспериментальными.

— Выражаться следует осторожно, избегать сквернословия и непристойных терминов.

— Писать о преступлениях и подозреваемых вы должны предельно осторожно. Нужно избегать описаний, которые могут быть использованы для повторных антиобщественных действий. Не забывайте что человек невиновен, пока обратное не докажет суд.

— При описании войн, беспорядков и демонстраций журналисты должны быть только наблюдателями и не присоединяться ни к кому.

— Запрещено показывать на переднем плане сцены смерти и кровавых последствий войн и бедствий. Проявления жестокости и насилия могут быть описаны и показаны только путем

поддержания баланса между точностью и отношением к чувствительности аудитории, особенно к семьям погибших и тех, кто рядом с ними.

— Независимость журналистики несовместима с подарками стоимостью более 200 злотых (примерно 4 тысячи рублей). Не позволяйте себя подкупить.

— Журналист не должен принимать участие в рекламных акциях. Исключением может быть только социальная деятельность и благотворительность; редакционное содержание должно быть четко отделено от рекламы и рекламных материалов.

— Предосудительным считается скрытая реклама и утаивание информации для своей собственной выгоды.

— Журналист не должен использовать в своих собственных интересах неразглашение для общественности информации, полученной в ходе профессиональной деятельности.

— Привлечение журналистов к непосредственному участию в политической деятельности — также весьма сомнительное действие. Журналист должен быть свободен от участия в партиях и государственной деятельности.

— В отношениях между коллегами и сотрудниками журналисты должны быть партнерами. Неприемлема недобросовестная конкуренция и присвоение работы других людей.

— Издатели, собственники СМИ не могут заставлять журналиста идти против своих убеждений. Журналист имеет право отказаться от поручений, противоречащих закону, профессиональной этики или их убеждениям.

— Нарушение правил журналистской этики несет ответственность как автора публикации, так и редактора, и собственника СМИ.

Международные принципы

ПРИНЦИП I. Право людей на получение истинной информации

Народы и люди имеют право получать объективное изображение действительности посредством точной и исчерпывающей информации, а также право свободно выражать свою точку зрения при помощи различных форм культуры и коммуникации.

ПРИНЦИП II. Верность журналиста объективной реальности

Первейшая задача журналиста — гарантировать людям получение правдивой и достоверной информации посредством честного отражения объективной реальности. Журналист излагает факты добросовестно, сохраняя их подлинный смысл, вскрывая важнейшие связи и не допуская искажений. Он максимально использует свои творческие способности для того, чтобы общественность получила достаточно материала, позволяющего ей сформировать точное и связное представление о мире. Так, чтобы происхождение, природа и сущность событий, течение и положение дел были поняты как можно более объективно.

ПРИНЦИП III. Социальная ответственность журналиста

В журналистике информация понимается как общественное благо, а не как предмет потребления. Это означает, что журналист разделяет ответственность за переданную информацию. Он ответствен не только перед теми, кто контролирует средства массовой информации, но прежде всего перед широкой общественностью, принимая во внимание различные социальные интересы. Социальная ответственность журналиста требует, чтобы во всех обстоятельствах он действовал в соответствии со своим нравственным сознанием.

ПРИНЦИП IV. Профессиональная честность журналиста

Общественная роль требует от журналиста высокой профессиональной честности, которая предполагает его право воздерживаться от работы, противоречащей его убеждениям, отказ раскрыть источники информации, а также право участвовать в принятии решений в тех органах массовой информации, где он работает. Профессиональная честность не позволяет журналисту принимать какие-либо подачки от заинтересованных лиц, а также выражать частные интересы,

противоречащие всеобщему благу. В этические принципы журналиста входит уважение интеллектуальной собственности, в частности недопустимость плагиата.

ПРИНЦИП V. Общедоступность средств массовой информации и участие общественности в их работе

Характер профессии требует, чтобы журналист способствовал общедоступности информации и участию общественности в работе средств массовой информации. Это предполагает обязанность исправления ошибки и право на ответ.

ПРИНЦИП VI. Уважение частной жизни и человеческого достоинства

Нормы профессиональной морали требуют от журналиста уважать достоинство человека и его право на частную жизнь, в соответствии с требованиями международного права и национальных законов защищать права человека и его репутацию от оскорблений, клеветы, ложных обвинений.

ПРИНЦИП VII. Уважение общественных интересов

Профессиональные нормы предписывают журналисту уважать интересы общества, его демократические институты и общественную мораль.

ПРИНЦИП VIII. Уважение всеобщих ценностей и многообразия культур

Истинный журналист выступает за всеобщие ценности гуманизма, прежде всего за мир, демократию, социальный прогресс, права человека и национальное освобождение, Он с уважением относится к отличительным особенностям, ценностям и достоинству каждой национальной культуры, а также к праву народов свободно выбирать и развивать свою политическую, социальную, экономическую и культурную системы. Таким образом, журналист активно участвует в социальных преобразованиях, направленных на расширение демократии. Посредством диалога журналист способствует созданию в международных отношениях климата доверия, содействующего миру и справедливости, разрядке международной напряженности, разоружению и национальному развитию. Профессиональная этика обязывает журналиста быть в курсе соответствующих международных соглашений, деклараций и резолюций.

ПРИНЦИП IX. Устранение войны и других зол, противостоящих человечеству

Нравственная обязанность уважать всеобщие ценности гуманизма требует от журналиста воздерживаться от любой формы подстрекательства или оправдания агрессивных войн, гонки вооружений, особенно ядерных, от апологии иных форм насилия, ненависти и дискриминации, в частности расизма и апартеида. Она настаивает на противодействии тираническим режимам, колониализму и неоколониализму, а также другим бедствиям, причиняющим человечеству страдания, таким, как нищета, недоедание, болезни. Действуя таким образом, журналист поможет устранять неосведомленность и непонимание в отношениях между народами, пробудит у соотечественников восприимчивость к нуждам и желаниям народов других стран, обеспечит уважение прав и достоинства всех наций, всех народов и всех людей вне зависимости от пола, расы, языка, национальности, религиозных взглядов и философских убеждений.

ПРИНЦИП X. Содействие новому международному порядку в области информации

В современном мире журналист действует в рамках движения за установление новых международных отношений в целом и нового международного информационного порядка, в частности. Этот новый порядок, понимаемый как неотъемлемая часть нового международного экономического порядка, направлен на деколонизацию и демократизацию в области информации и коммуникации (как в национальном, так и в международном плане) на базе мирного сосуществования народов и полного уважения их культурной самобытности. Долг журналиста — способствовать процессу демократизации международных отношений в области информации и

коммуникации, в особенности охранять и укреплять мир и дружеские отношения между народами и государствами.

Тема лекционного занятия:
Раздел 1. Основы профессиональной этики журналиста
Тема 1.2. Кодексы журналисткой этики
Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о кодексах журналистской этики.
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

На основе международных манифестов российские журналистские объединения (Союз журналистов СССР и Конгресс журналистов России) разработали два свода правил: «Кодекс профессиональной этики журналиста» (1991) и Кодекс профессиональной этики российского журналиста» (1994). Сейчас действует последний.

1. Журналист всегда обязан действовать, исходя из принципов профессиональной этики, зафиксированных в настоящем Кодексе,принятие, одобрение и соблюдение которого является непременным условием для его членства в Союзе журналистов России.

2. Журналист соблюдает законы своей страны, но в том, что касается выполнения профессионального долга, он признает юрисдикцию только своих коллег, отвергая любые попытки давления и вмешательства со стороны правительства или кого бы то ни было.

3. Журналист распространяет и комментирует только ту информацию, в достоверности которой он убежден и источник которой ему хорошо известен. Он прилагает все силы к тому, чтобы избежать нанесения ущерба кому бы то ни было ее неполнотой или неточностью, намеренным сокрытием общественно значимой информации или распространением заведомо ложных сведений.

Журналист обязан четко проводить в своих сообщениях различие между фактами, о которых рассказывает, и тем, что составляет мнения, версии или предположения, в то же время в своей профессиональной деятельности он не обязан быть нейтральным.

При выполнении своих профессиональных обязанностей журналист не прибегает к незаконным и недостойным способам получения информации. Журналист признает и уважает право физических и юридических лиц не предоставлять информацию и не отвечать на задаваемые им вопросы - за исключением случаев, когда обязанность предоставлять информацию оговорена законом.

Журналист рассматривает как тяжкие профессиональные преступления злонамеренное искажение фактов, клевету, получение при любых обстоятельствах платы за распространение ложной или сокрытие истинной информации; журналист вообще не должен принимать, ни прямо, ни косвенно, никаких вознаграждений или гонораров от третьих лиц за публикации материалов и мнений любого характера.

Убедившись в том, что он опубликовал ложный или искаженный материал, журналист обязан исправить свою ошибку, используя те же полиграфические и (или) аудиовизуальные средства, которые были применены при публикации материала. При необходимости он должен принести извинения через свой орган печати.

Журналист отвечает собственным именем и репутацией за достоверность всякого сообщения и справедливость всякого суждения, распространенных за его подписью, под его псевдонимом или анонимно, но с его ведома и согласия. Никто не вправе запретить ему снять свою подпись под сообщением или суждением, которое было хотя бы частично искажено против его воли.

4. Журналист сохраняет профессиональную тайну в отношении источника информации, полученной конфиденциальным путем. Никто не может принудить его к раскрытию этого источника. Право на анонимность может быть нарушено лишь в исключительных случаях, когда имеется подозрение, что источник сознательно исказил истину, а также когда упоминание имени источника представляет собой единственный способ избежать тяжкого и неминуемого ущерба для людей.

Журналист обязан уважать просьбу интервьюируемых им лиц не разглашать официально их высказывания.

5. Журналист полностью осознает опасность ограничения, преследования и насилия, которые могут быть спровоцированы его деятельностью. Выполняя свои профессиональные обязанности, он противодействует экстремизму и ограничению гражданских прав по любым признакам, включая признаки пола, расы, языка, религии политических или иных взглядов, равно как социального и национального происхождения.

Журналист уважает честь и достоинство людей, которые становятся объектами его профессионального внимания. Он воздерживается от любых пренебрежительных намеков или комментариев в отношении расы, национальности, цвета кожи, религии, социального происхождения или пола, а также в отношении физического недостатка или болезни человека. Он воздерживается от публикации таких сведении, за исключением случаев, когда эти обстоятельства напрямую связаны с содержанием публикующегося сообщения. Журналист обязан безусловно избегать употребления оскорбительных выражений, могущих нанести вред моральному и физическому здоровью людей.

Журналист придерживается принципа, что любой человек является невиновным до тех пор, пока судом не будет доказано обратное. В своих сообщениях он воздерживается называть по именам родственников и друзей тех людей, которые были обвинены или осуждены за совершенные ими преступления, за исключением тех случаев, когда это необходимо для объективного изложения вопроса. Он также воздерживается называть по имени жертву преступления и публиковать материалы, ведущие к установлению личности этой жертвы. С особой строгостью данные нормы исполняются, когда журналистское сообщение может затронуть интересы несовершеннолетних.

Только защита интересов общества может оправдать журналистское расследование, предполагающее вмешательство в частную жизнь человека. Такие ограничения вмешательства неукоснительно выполняются, если речь идет о людях, помещенных в медицинские и подобные учреждения.

6. Журналист полагает свой профессиональный статус несовместимым с занятием должностей в органах государственного управления, законодательной или судебной власти, а также в руководящих органах политических партий и других организаций политической направленности.

Журналист осознает, что его профессиональная деятельность прекращается в тот момент, когда он берет в руки оружие.

7. Журналист считает недостойным использовать свою репутацию, свой авторитет, а также свои профессиональные права и возможности для распространения информации рекламного или коммерческого характера, особенно если о таком характере не свидетельствует явно и однозначно сама форма такого сообщения. Само сочетание журналистской и рекламной деятельности считается этически недопустимым.

Журналист не должен использовать в личных интересах или интересах близких ему людей конфиденциальную информацию, которой может обладать в силу своей профессии.

8. Журналист уважает и отстаивает профессиональные права своих коллег, соблюдает законы честной конкуренции. Журналист избегает ситуаций, когда он мог бы нанести ущерб личным или профессиональным интересам своего коллеги, соглашаясь выполнять его обязанности на условиях заведомо менее благоприятных в социальном, материальном или моральном плане.

Журналист уважает и заставляет уважать авторские права, вытекающие из любой творческой деятельности. Плагиат недопустим. Используя каким-либо образом работу своего коллеги, журналист ссылается на имя автора.

9. Журналист отказывается от задания, если выполнение его связано с нарушением одного из упомянутых выше принципов.

10. Журналист пользуется и отстаивает свое право пользоваться всеми предусмотренными гражданским уголовным законодательством гарантиями защиты в судебном и ином порядке от насилия или угрозы насилием, оскорблений, морального ущерба, диффамации.

Тема лекционного занятия:
Раздел 1. Основы профессиональной этики журналиста
Тема 1.3. Нравственные принципы деятельности журналиста
Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о нравственных принципах деятельности журналиста.
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Существуют правовые и этические нормы, которыми журналист руководствуется в работе. От их соблюдения зависит эффективность и результативность работы СМИ. Основой функционирования СМИ является их свобода – свобода слова. Но любая свобода не может и не должна быть беспредельной. Она должна регламентироваться ответственностью. Только тогда она не рискует перерасти в хаос. Ответственность в журналистике может быть правовой и этической. Этические и правовые нормы связаны тесно, подчас они переплетаются, и провести между ними четкую грань крайне сложно. И все же правовые нормы более зримы, четки, понятны. Рамки этических норм очерчены не так ярка. Существуют соответствующие законы, нормативные акты которые регламентируют поведение представителей прессы. Они и составляют правовое поле журналистики. В данном случае все более ими менее понятно.

Повышением юридической культуры студентов факультета журналистики занимаются специалисты на занятиях по журналистике и праву.

Что касается соблюдения этических норм, то здесь вопросов больше. В идеале было бы неплохо, если бы моральные принципы закреплялись в законодательстве, и тогда между этикой и правом не будет разногласий. Все этические, морально-нравственные вопросы решились бы очень просто. Кстати, это касается не только журналистики И как показывает практика, даже у известных журналистов, которые работают в федеральных СМИ не все благополучно с нравственной составляющей работы. А ведь для представителей масс-медиа это вопрос особенно важный. Журналист берет на себя ответственность рассказывать о ком-то или о чем-то большой аудитории, дает оценки, анализирует события, явления, ситуации, высказывает мнение, делает выводы. «Не навреди» – этот принцип, которым руководствуются врачи, должен стать главным и в работе представителей прессы. Многие наши коллеги, ради громкого компромата на известного человека, сенсационной информации, готовы нарушить Уголовный кодекс, Гражданский кодекс, Закон «О СМИ», а также этические нормы и принципы.

Чем больше свободы действий, а значит, и возможностей влиять на общественную жизнь предоставлено журналистике, тем выше мера ее ответственности за характер и последствия использования этой свободы.

К числу важнейших принципов журналистики относятся правдивость и объективность. Но порой в прессе сенсации ради или просто по причине элементарного непрофессионализма публикуют заведомо ложную информацию. Профессия предоставляет журналисту право и обязанность вершить от имени общества публичный моральный суд над явлениями.

Свобода слова и высказываний является неотъемлемой составляющей деятельности журналиста. Служение интересам власти или учредителей, а не общества, является нарушением этики журналиста. Журналист с уважением относится к частной жизни человека. При этом не исключается его право на журналистское расследование, связанное с теми или иными событиями и фактами, которые имеют общественное звучание и призваны защищать интересы общества и личности. Освещение судебных процессов должно быть непредвзятым к обвиняемым. Журналист не может называть человека преступником до соответствующего решения суда, вступившего в законную силу. Журналистские опросы граждан не должны фабриковаться с целью получения заранее определенного результата. Журналист обязан сделать все возможное для исправления любой распространенной информации, если оказалось, что она не соответствует действительности. Журналист не прибегает к незаконным и недостойным способам получения информации. Как известно, источником информации для представителя СМИ является человек, который имеет конституционное право выбора — общаться с журналистом или нет. Нельзя запугивать собеседника, провоцировать его, предлагать взятки. Все это не только противозаконно, но и «морально безобразно». Если человек отказывается от предоставления той или иной информации, то не мешало бы прислушаться к его мнению относительно отказа. Иногда причиной безразличного отношения к журналисту является неэтичное поведение его коллег из редакции, ранее посетивших этого человека. Урегулировать данный вопрос можно только благодаря «разумному поведению» и завоеванию доверия. Эффективен в таком случае приём имитации — перенос внимания человека с одного объекта на другой. Недаром французский медиамагнат Робер Герсон, владелец многих городских и провинциальных СМИ во

Франции, своё заключительное слово на семинаре в городе Анже, посвящённом «проблемам этики», начал с утверждения, что «главным рычагом этики является психология. От неё зависит не только существование самой этики, но и журналистики в целом». Действительно, на психологическом аспекте строится вся цепочка взаимоотношений между журналистом и его собеседником.

Тема лекционного занятия:
Раздел 2. Этика в практической деятельности журналиста
Тема 2.1. Служебная этика журналиста
Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о служебной этике журналиста.
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Требования этики находят воплощение и становятся правилами в тех ситуациях, которые регулярно возникают в отношения между журналистами и аудиторией, журналистом и источником информации, журналистами и персонажем произведения, журналистом и автором, журналистом и редактором, журналистом с коллективом редакции, журналистом и его коллегами по работе, журналистом и властью.

Первые три вида отношений связаны действиями журналиста в социальной среде, или профессиональной этикой; остальное – с его поведением в профессиональной (журналистской) среде, или со служебной этикой журналиста.

Собирая факты, журналист обращается к разным источниками информации: индивидуальному (человек), коллективному и документальному.

Источник информации – человек. Люди не обязаны сообщать журналисту сведения о себе и своих товарищах. Чтобы «разговорить» их, надо действовать убеждением, мотивировать свою просьбу. Нельзя запугивать собеседника, провоцировать тщеславие, поощрять попытки с помощью прессы свести личные счеты. Если люди отказывают в предоставлении сведений для положительных материалов, то надо прислушаться. Отказ дать сведения может возникнуть также из-за того, что к человеку, о котором вы хотите написать очерк, окружающие относятся неприязненно или завидуют ему, предвзято оценивают его роль и заслуги. «Снять» подобное отношение можно предуманным поведением журналиста, завоеванием доверия.

Условие успешного сбора информации является способность чувствовать настроение собеседника и быстро реагировать на перемены в нем, умение настойчиво и в то же время тактично развивать едва заметную тему разговора, направить его в нужное русло. Часто бывает желательно начать с отвлеченных фраз, шутки, дружеской реплики, переключить внимание на другие объекты, вызвать азарт, наконец, дать выговориться собеседнику…

В ходе беседы активность журналиста и этичность его поведения проявляется в постановке вопросов, в замечаниях по поводу сообщаемых сведений, в оценке их с помощью слова, мимики, жеста. Этичность вопроса, его уместность в каждой из ситуаций – один из главных признаков профессиональной зрелости журналиста, его воспитанности. Неуместны вопросы, на которые собеседник не может ответить или вынужден дать банальный ответ. Историк В.О. Ключевский говорил: «Быть умным – значит на спрашивать того, на что нельзя ответить». Такие вопросы уничтожают человека, а опубликованный ответ искажает образ.

Большое значение имеет порядок вопросов, их последовательность и сочетаемость. Недопустимы покровительственный или, наоборот, заискивающий тон беседы, как также категоричность высказываний. Люди ценят время, и неуместные, неумные вопросы раздражают их как свидетельство безответственности журналиста, решившего с налету «поговорить по душам». Чтобы избежать этого, нужна большая подготовительная работа. Вопросы могут быть

основными, дополняющими, конкретизирующими, напоминающими, конролирующими, прямыми, косвенными и т.д. полезно непрерывно наблюдать за героями в действии, как говорится, «идти за ними по пятам».

Порой собеседник дает те или иные сведения, но предупреждает при этом – «не для печати». Понимая, что факты могу быть опубликованы, он просит этого не делать, хотя знает: журналист при желании получит аналогичную информацию из другого источника. Интимные данные редакция публикует с письменного согласия персонажа, часто с заменой его имени.

Уровень сбора информации, а затем и качества публикации существенно снижается, если у журналиста не наблюдательности и интереса к людям, способности быстро и верно оценивать их психологические состояния. Этические ошибки – следствие и его некритической оценки своей осведомленности о предмете разговора, неумении слушать, постановки нетактичных вопросов и т.д.

К коллективным источникам информации, используемым в ходе формального и неформального общения, относятся собрания, совещания, конференции, заседания «круглых столов», товарищеские суды, пресс-конференции, беседы с группой людей в неожиданных условиях. Ценность такого рода источников обусловлена природой общения, что помогает журналисту точнее сориентироваться в явлении, ситуации, проблеме, проверить первоначальное наблюдение или, скажем, найти интересного человека, важную тему. Любопытен и весьма ценен разговор с человеком в присутствии его товарищей. Но собирая информацию в условиях огласки, корреспондент должен учитывать, что сведения могу быть далеки от истины в связи с присутствием других людей, соображениями престижного характера, давлением формального или неформального лидера, а также в связи с различными «болезнями» коллектива, когда возникает разобщенность интересов. Поэтому при последующем использовании сведений, полученным из коллективного источника, важно соотнести их с почерпнутыми из других источников.

Довольно часто журналист прибегает к документам, представляющим любые зафиксированные знания, которые могу быть использованы для справок, изучения, доказательств. Знакомство с ними следует начинать с разрешения автора. Разрешение надо отметить в публикации, цитату выделить курсивом, дат разграничение между документом, его оценкой и журналистским текстом, а также уведомить. Что в документе могут быть искажения и неточности.

Некоторые журналисты для получения информации входят в контакт с человеком, будучи включенным в группу должностных лиц, однако корреспондент не должен брать на себя права этих лиц, давать рекомендации. Метод «совмещения профессий» вызывает сложности этического порядка, а именно риск нанести нравственный или материальный ущерб людям или организации. Следовательно, надо соблюдать определенные требования: квалификация журналистка должна соответствовать требованиям «временной профессии», от его кратковременного нахождения на данной работе не пострадает дело, не будет причинен ущерб всем тем, с кем тот общается.

Этические вопросы возникают и в сфере отношений журналист – редакционный коллектив. Входя в редакционный коллектив, журналист становится его составной частью. Нормальные отношения журналиста с редакцией предполагают, что журналист хранит редакционную тайну, сохраняет верность своей редакции, не выступает без ее согласия в других органах (даже под псевдонимом), получает от нее согласие на перепечатку своих произведений в других органах и т.д.

Взаимодействие власти и журналистики – очень важный сегмент общественных отношений, и регулироваться оно должно не только законодательством, но и моралью, причем с обеих сторон – и со стороны власти, и со стороны журналистики. При этом речь идет не о подчинении прессы от власти, а о необходимости обеспечить оптимальную работу того и другого института в интересах своего общества.

В кодексах профессиональной этики зарубежных СМИ встречаются отдельные положения, фиксирующие в данной области профессионально-нравственные стандарты. Можно выразить эту группу представлений сознания журналистской общности в такой ряд норм:

- проявить уважение к власти как важному социальному институту, предназначенному для управления общественной жизнью;
- оказывать информационную поддержку властным структурам в выполнении их функций, осуществляя прямую и обратную связь между органами управления и народом;
- отстаивать право журналистики на независимость от власти, рассматривая его в качестве важного условия для ответственного контроля общества за деятельностью властных структур, в том числе за поведением государственных органов всех уровней;
- отстаивать право общественности на доступ к информации о деятельности властных структур, способствуя их открытости и доступности для общественной критики;
- разоблачать злоупотребления и проступки лиц, работающих во властных структурах общественного и частного сектора, добиваясь совершенствования системы общественного управления;
- опровергать фактами заявления представителе властных структур и утверждения политиков, не соответствующие действительности;
- заботиться о точности и доказательности критики властных структур в публикациях, не отождествляя власть как социальный институт и ее конкретных представителей, проявляя необходимую корректность.

Для того, чтобы данные нормы стали работать «работать», необходимо и ответное желание со стороны властных структур. Интонация непримиримости, с которой иногда выступают по отношению к ним СМИ, во многом объясняется неуважительным, подчас дискриминационным отношением власти к прессе, непониманием ее функций в обществе:

Сейчас, что бы ни писала печать, какие бы острые материалы ни появлялись на ее страницах, - власть не реагирует. И это – позиция, но позиция противовесная, ибо трудно найти какую-либо развитую страну, где такое было бы возможно.

Тема лекционного занятия:
Раздел 2. Этика в практической деятельности журналиста
Тема 2.2. Этические нормы сбора информации
Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний об этических нормах сбора информации в журналистской деятельности.
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Типы источников информации

Документ — зафиксированная на материальном носителе информация.

Интернет-среда — документированный источник.

Человек — живой источник: свидетель, участник событий, носитель и транслятор информации.

Среда — предметно-вещевая обстановка вокруг человека.

Согласно правдивости и надежности источники информации делятся на **безусловно достоверные и надежные**; **достоверные, но ненадежные** (когда нет документальных подтверждений или свидетелей); **надежные, но недостоверные** (содержат информацию от свидетелей или участников событий, но без документальных подтверждений). Информация из двух последних источников требует дополнительного анализа и используется в основном для черновой работы или в качестве повода для исследования.

Методы сбора информации

Самыми распространенными методами сбора информации являются эмпирические (наблюдение, интервью/беседа, эксперимент) и эмпирико-теоретические — работа с документами, анкетирование, опрос, работа с базами данных в Интернет.

Наблюдение — любимый метод сбора информации. Оно делится на невключенное (простое) и включенное. В первом случае журналист наблюдает за событием со стороны, во втором — он становится действующим лицом. Включенное скрытое наблюдение на практике получило название «журналист меняет профессию» или «метод маски». В некоторых странах для него закрыты учреждения здравоохранения, правоохранительные органы, режимные предприятия, личная жизнь человека. Но, за исключением личной жизни, вопрос остается спорным.

Интервью/беседа — наверное, наиболее популярный метод сбора информации. Но иногда журналисты забывают, что интервью или беседы требуют эрудиции и подготовки. Как и в случае с наблюдением, стоит учитывать опасность субъективности.

Одна из проблем для каждого журналиста — как установить доверительные отношения с собеседником. Существуют общепринятые и отработанные психологией отношений приемы. Пособием для интервьюеров-новичков может быть работа **Дейла Карнеги «Шесть правил, следование которым позволяет понравиться людям»**. А вот что советуют **Уолтер Бингхем** и **Брюс Мур**:

- находите и используйте приятные ассоциации;
- позволяйте собеседнику чувствовать себя свободно и быть готовым рассказывать;
- не задавайте вопросы до того времени, пока не убедитесь, что собеседник готов дать желаемую информацию;
- слушайте;
- разрешите собеседнику рассказать сваю историю целиком;
- будьте честным и искренним, что значительно лучше, чем быть хитрым и неестественным;
- избегайте роли учителя;
- не ведите себя дерзко.

Важная часть интервью — собственно вопросы и их изложение. Советы тех же авторов:

- стремитесь ставить вопросы так, чтобы их можно было легко понять;

- не подсказывайте ответы на свои вопросы;

- если вы предлагаете альтернативные вопросы, формируйте их так, чтобы они не были приемлемыми для собеседника;

- помогайте собеседнику осмыслить ответственность за свои утверждения;

- держите при себе важные вопросы, пока не получите адекватную информацию касательно каждого из них;

- постигайте смысл каждого утверждения;

- проверяйте ответы при каждой возможности;

- отделяйте факты от выводов;

- записывайте все сведения на месте или как можно быстрей по завершению беседы.

Эксперимент в журналистике принадлежит к разновидности социального эксперимента. Он предусматривает использование специальных методов изучения ситуации, когда журналист сам создает обстоятельства, в которые «помещает» действующих лиц. Суть приема в том, что журналист создает ситуацию, вынуждающую людей проявлять свои «законсервированные» качества.

Эмпирика-теоретические методы сбора информации требуют организационной подготовки и интеллектуального напряжения. Они соединены с анализом полученной информации, группировкой источников и построением предыдущих гипотез исследования.

Работа с документами — наиболее распространенный, но и трудоемкий метод. Опора на документы делает публикацию основательной и защищенной. Профессиональный журналист всегда:

- фиксирует точное название документа, его автора, дату и место издания;
- отделяет кавычками фрагменты текста и упоминает номера страниц;
- помечает специальными знаками собственные мысли и оценки, возникшие во время чтения;
- по завершении работы проверяет цитаты, названия, цифры, фамилии, имена и другие данные, использует каждую возможность сделать копии документов.

Профессиональный подход требует проверки изложенных сведений из других источников. Эти правила касаются работы с каждым типом документальных источников. Только письма, что приходят в редакцию, не требуют согласия авторов, если нет просьбы не печатать их или не называть автора.

Документ — один из наиболее надежных и точных источников информации. Обращение к документам может быть связанно со следующим:

1. подтверждение фактов документальными источниками;
2. реконструкция прошедших событий посредством разного рода документов;
3. усиление доказательной базы материала;
4. более объективный анализ событий на базе сопоставительного анализа документальных источников;
5. усиление авторской позиции в конкретном материале.

Куда сложнее работать с закрытыми источниками информации. Часто журналистам приходится иметь дело с конфиденциальными источниками информации. К документам, полученным от такого рода источников, надо относиться с определенной осторожностью. В них могут быть интересные сведения, но нельзя исключать и обыкновенный «слив» компромата. Сомнениям подлежат документы, сделанные на ксероксе и не подтвержденные среди прочих нотариусом. Во время анализа их содержания стоит задаться следующими вопросами.

- Кто и с какой целью писал его? Если видно, что составитель описывает факты только в свою пользу, то тут явно присутствует неправда.

- Какие фактологические сведения содержит документ?

Этический кодекс Польского общества журналистов прямо предупреждает: «Собственный комментарий или гипотезы автора должны быть отчетливо обособлены от информации. Информацию нужно отделять от интерпретации и рассуждений. Информация должна быть уравновешенной и точной, чтобы ее пользователь мог отличить факты от допущений и слухов».

- Стоит учитывать, какой информацией пользовался составитель документа, — первичной или вторичной, уже кем-то использованной.

- Какую доказательную базу имеет документ? С этой целью необходимо обратить внимание на его логическую структуру.

Анкетирование и опрос — разновидность социологических методов сбора информации. Главным условием корректности является следование стандартным требованиям и репрезентативности исследования.

Работа с базами данных и ресурсами в Интернете является интеллектуально объемным методом сбора информации. Интернет-ресурсы имеют плюсы и минусы.

Плюсы: Интернет — один из наиболее открытых и доступных источников информации.

Минусы: информация, присутствующая в нем, не всегда правдивая.

Поэтому журналисты должны терять много времени на перепроверку; коммуникация в Сети даже с использованием веб-камеры не может заменить живой контакт. К надежным источникам относятся сайты информационных агентств. Среди наиболее часто используемых средств журналисты называют электронную почту.

Как отмечают **американские исследователи Ренди Реддик и Эллиотт Кинг**, «в течение по меньшей мере последних 50 лет СМИ в основном представляли собой коммуникационные каналы с односторонним движением». Теперь журналист может оставить свой электронный адрес, а читатель — напрямую связаться с автором.

Работа с источниками информации

Довольно много людей с готовностью поделились бы с журналистом информацией, однако у них нет полномочий или компетенции. Лучшая «шпаргалка» для определения компетентных и уполномоченных лиц — телефонные и другие справочники для внутреннего пользования, из которых можно узнать не только фамилии функционеров, но и названия отделов, департаментов, служб.

Очень часто журналиста предупреждают: «Это не для печати». Как быть в таких случаях? Практика подсказывает несколько подходов.

«Жесткий»: корреспондент представляется, убеждается, что собеседник идентифицировал его как журналиста, после чего использует полученную информацию по своему усмотрению: он знает, с кем разговаривает, — пусть и выбирает выражения.

«Мягкий»: корреспондент упрашивает собеседника оставить в материале информацию, которую последний не хотел бы распространять.

Отдельного подхода требуют слухи как источник информации. Журналисты с готовностью пользуются свидетельствами такого рода, предварительно обеспечив себя необходимыми процедурами:

1. полезно отыскать источник слуха;

2. переспросить у него, так ли было/есть на самом деле;

3. в случае отказа подтвердить слух поискать другой источник;

4. когда поиск удался, подтверждения пришли, необходимо договориться о том, что, если после публикации материала редакция получит повестку, источник явится в суд и подтвердит изложенные сведения.

Иногда слухи становятся поводом для журналистского исследования.

Как быть с анонимными источниками? Одно из важных правил: избегать иметь с ними дело. Согласно другому мнению, информация от неизвестного может быть использована, если по меньшей мере еще один источник ее подтвердит.

Но наиболее распространенные источники информации для журналистов — представители органов власти. Согласно **Комиссии по свободе доступа к информации Российского правозащитного фонда**, около 80 % журналистов систематически обращаются за сведениями к представителям различных ветвей власти, преимущественно исполнительной. Особенность работы с органами управления в том, что между СМИ и руководителями разных уровней власти есть посредники: пресс-секретари и пресс-службы. Стоит учитывать, что полученная от них информация зачастую бывает односторонней.

Авторский ресурс Екатерины Алеевой (evartist.narod.ru) напоминает, что есть несколько способов проверки фактических сведений:

1. Когда материал готов, стоит перезвонить источнику и перепроверить цифры, факты, сверить важные высказывания.

2. По возможности стоит сопоставить полученные сведения с имеющимися видео- и аудиозаписями, текстовыми документами.

3. Опросить дополнительных свидетелей и очевидцев.

4. Показать текст экспертам.

5. Зачитать его опытным коллегам.

6. Дать прочитать текст редакционному юристу.

Этические нормы работы с источниками информации

Существует несколько обязательных этических требований к профессионализму. В частности, не стоит:

1. называться представителем другой профессии (кроме включенного наблюдения);

2. запугивать собеседника (хотя в некоторых советах западными репортерами допускается легкий шантаж собеседника: «Иногда делайте вид, что вам известно больше, чем на самом деле (Дэвид К. Рэндалл)»;

3. советовать, рекомендовать;

4. обещать разобраться и принять меры;

5. допускать поступки, которые могут вызвать моральное осуждение общества;

6. идти на сближение ни с «положительными», ни с «отрицательными» персонажами;

7. принимать подарки и услуги;

8. делать запись разговора без ведома собеседника.

И последнее: не оставляй следов! После тебя здесь будут другие журналисты, и по впечатлениям, которые ты произвел на людей, те могут просто отказаться с ними беседовать.

Источники информации питают репортеров главным — надежной, точной и достоверной информацией. Журналисты обязаны учитывать уязвимость человека и его ценность как источника информации. Они должны объяснять, чем может обернуться публикация и почему они пишут об этом. Вот некоторые вопросы, которые задаст себе этичный журналист:

1. Объяснил ли я человеку основание наших отношений и выразительно ли высказал свои намерения?

2. Позаботился ли о защите своего источника, понимает ли он потенциальные последствия публикации?

3. Уверен ли я, что источник вполне понимает условия интервью; что имею в виду, говоря «не для печати», «на фоне», «без авторства», используя другие ярлыки?

4. Если источник обставляет интервью условиями, как далеко я готов пойти?

5. Готов ли я оплачивать расходы источника, связанные с интервью?

6. соглашусь ли обеспечить юридическое представительство?

Пример. New York Times и другие СМИ в США серьезно критиковались в 2003 году перед вторжением в Ирак за то, что они чересчур ссылались на анонимные источники внутри правительства. В результате освещение событий было слишком учтивым. Так, Джудит Миллер, репортерка New York Times, в 2001–2002 годах напечатала ряд сообщений о правительстве Саддама Хусейна, основываясь на фальшивой информации от неназванных источников, включительно и от источника в Белом доме.

Анонимные источники

Анонимность — право, которое должны получать те, кому оно необходимо, и которое никогда не должно быть дано каждому, кто об этом просит. На сайте **xreferat.com/27/497–1-osnovnye-istochniki-informacii-dlya-smi-i-metody-ih-ispol-zovaniya.html** отмечается, что некоторые СМИ запрещают использование анонимных источников, другие позволяют, но согласно строгим правилам. Вообще, источники, которые говорят на запись, всегда лучший вариант. Некоторые статьи никогда не были бы напечатаны, если бы журналисты не оставляли свои источники анонимными.

Анонимные источники могут преследовать собственные интересы.

Первой преградой для точной проверки фактов можете стать вы сами. Большинство СМИ придерживается правила: все факты должны быть подтверждены минимум двумя надежными источниками. Часто информация, полученная по телефону или из Интернета, засчитывается как один источник. Иногда из-за юридических причин, вопросов неприкосновенности частной жизни или вероятной опасности не советуется называть источники.

А вот на что обращает внимание сайт **факультета журналистики Московского университета studme.org**.

Два правила работы с личной информацией.

1. Информацию, касающуюся частной жизни человека, можно публиковать только с разрешения ее владельца или наследников.

2. Информация, представляющая общественный интерес, может быть напечатана без согласования.

Иерархия источников информации

Первичные источники — непосредственные создатели новостей (люди, организации, документы, среда).

Вторичные источники — переработанная из первоисточников информация; она менее надежная и важная.

Справочно-информационные системы: Интернет, библиотеки, справочники, энциклопедии, каталоги, базы данных и т. д. Барьеры: необходимо уметь пользоваться, опасность получить фейковую информацию, подмена первичной информации, вероятность плагиата.

Собственные источники: информаторы, эксперты. Это профессиональный круг, друзья, родственники, соседи и т. д. (последними по возможности не пользоваться). Личностная коммуникативная среда. Окружающая среда. Интернет-среда: сайты информагентств и других СМИ, информационные порталы, справочные системы, сайты профессиональных и общественных организаций, аккаунты персональных пользователей, социальные сети, пресс-релизы, пресс-конференции, брифинги.

Псевдоисточники. Это промоутеры (остерегаться информации, исходящей от заинтересованных лиц), обиженные (не доверять информации, исходящей от обиженных лиц), слив информации.

Конфиденциальность информации. Журналист не должен раскрывать свои источники, если информация передана на условиях неразглашения или конфиденциальности. Это правило защищено законодательством практически всех стран.

Конфликт закона и этики. Этический кодекс в вопросе конфиденциальности ставит моральную цеховую норму по-над законом: «Журналист соблюдает законы своей страны, однако в том, что касается выполнения профессиональных обязанностей, он признает юрисдикцию только своих коллег, отбрасывая каждую попытку давления и вмешательства со стороны правительства или кого бы то ни было» (**«Профессиональная этика журналистов», М., 1999, с. 215**).

Ссылка на источник. Это — показатель надежности информации. Сайт **www.speakupspeakout.internews.org**, который следит за нарушением прав журналистов, напоминает несколько рекомендаций, касательно поиска новостей.

1. Начните с подшивки местной газеты;

2. сделайте то же с подшивкой конкурента своего издания;

3. просмотрите рекламу и частные объявления;

4. редкий день обходится без памятной даты или праздника, поэтому можно найти то, что наверняка заинтересует аудиторию;

5. чаще пользуйтесь ежедневником для планирования работы;

6. не обходите заборы с граффити и афишами;

7. слушайте разговоры в транспорте и «кухонное» радио;

8. помните о категориях людей, собирающих новости: таксистах, контролерах общественного транспорта, торговцах, посетителях рынков, продавцах;

9. существуют «сезонные» и дежурные темы. Они всегда интересуют людей;

10. анализируйте, как событие глобального масштаба может отбиться на жителях вашего города или региона;

11. регулярно звоните информаторам из разных сфер жизни;

12. читайте официальные документы;

13. посещайте пресс-конференции. Не выбрасывайте, не читая, пресс-релизы, справочные материалы;

14. не жалейте визиток;

15. Каждую беседу заканчивайте вопросом: «А что еще нового происходит?»

Развитие новых медиа существенное своим эффектом — трансформацией коммуникаций между СМИ и аудиторией. **Американский исследователь СМИ В. Кросби** в работе **«Что такое новые медиа?»** выделил **три типа** коммуникаций: межперсональные медиа — тип **«один-одному»**, массмедиа — **«один-многим»** и, наконец, «новые медиа» — тип **«многие-многим»**.

В центре нового информационного пространства находится его потребитель, который теперь не просто наблюдатель, но и участник процесса формирования новостей. Поэтому суть новой информационной среды складывается не только из мультимедийности, но и из интерактивности, что вынуждает кардинально пересмотреть устаревшую модель медиа и создать новую, соответствующую целям и задачам сетевого общества. Современный человек сам выбирает, как ему удобнее получать информацию. Это вынудило некоторых исследователей говорить о том, что на смену СМИ приходит СИИ — средство индивидуальной информации. Материалы, подготовленные редакциями, все чаще соседствуют с сообщениями, сделанными самими пользователями. Примером может быть френдлента Facebook.

Журналисты обратили процесс в собственную пользу и начали использовать социальные сети для продвижения своих продуктов. Однако выяснилось, что они не в состоянии контролировать процесс: в новом информационном пространстве каждое сообщение распространяется нелинейно, потому что не имеет единого центра координации. Роль журналистов тут очень особенная — они становятся «контактёрами», реализуя совсем по-другому свои способности. Пример — **американское интернет-СМИ Huffington Post**, на которое работают 186 штатных сотрудников и где-то 6000 неоплачиваемых блогеров. HuffPost заставил традиционные СМИ переосмыслить устоявшиеся правила журналистики касательно создания и распространения материалов.

В редакционной практике получил проверку целый набор инструментов сбора информации, характеризующихся как мультимедийные (то есть с использованием современных технических и программных средств):

1. просмотр ресурсов, концентрирующих важную для аудитории информацию; 2. подписка на RSS-каналы, что позволяет автоматически выявлять новые блоки информации согласно заданным критериям;

3. просмотр содержания интернет-форумов с тем, чтобы определить, в каком направлении меняется повестка дня;

4. просмотр блогов, авторы которых имеют многотысячные аудитории с целью получить мнения, информацию и определить тенденцию движения тематических приверженностей;

5. просмотр сообщений в Twitter;

6. анализ информации в социальных сетях, содержащих сведения о своих участниках, что дает возможность адресного обращения к читателям и зрителям;

7. интернет-комментарии читателей к публикациям профессиональных журналистов дают обратную связь и позволяют в течение дискуссии определить слабые и сильные стороны той или иной публикации.

Блоги — это площадка, где контент собирать максимально удобно. Нередко СМИ строят свои материалы на основе блогов. Это происходит тогда, когда журналисты не имеют возможности получить информацию из других источников. При этом продуктивность блогосферы как качественной информационной среды вызывает значительные сомнения.

В книге **«Как новые медиа изменили журналистику»** отмечается, что блогосфера имеет два необходимых для СМИ объекта — информацию и аудиторию. Таким образом, тесное взаимодействие СМИ и блогов выгодное и тем, и тем участникам, но в первую очередь редакциям и журналистам.

СМИ потеряли монополию на производство и распространение контента, а также на оперативность. Из **Twitter** и **Facebook** пользователь успевает узнать о том, о чем информагентства напишут только через определенное время.

Проверка фактов (фактчекинг)

Интернет полнится дезинформацией и фактоидами. Задача журналиста — научиться проверять на достоверность. «Сенсация» может мгновенно разлететься по интернет-изданиям, но мало кто проверит ее на подлинность.

Опасности, подстерегающие журналиста:

1. копипаст — буквальное воссоздание неподтвержденной информации;
2. АБС («одна баба сказала») — искажение фактов во время перепечатки или в переводе с иностранного языка;
3. фактоиды, фейки — непроверенная или заведомо ложная информация, которую выдают за факт.

Как проверить достоверность информации? Первый и главный принцип работы с информацией, полученной от источника, — связь с ним, чтобы получить подробности. В случае с **UGC** (контент, созданный пользователями) начинать надо с проверки профиля пользователя: просмотреть ленту публикаций, страницы, на которые он подписан, сверить его аватар с помощью сервисов поиска изображений (TinEye и/или Google's reverse image search). Отсутствие прямой связи между источником и материалом свидетельствует о его неэксклюзивности и, возможно, обмане.

Алгоритм проверки аккаунта пользователя:

- Связан ли профиль с новостным поводом (место работы, учебы, жительства, сфера интересов)?
- Как часто размещаются записи на странице пользователя?
- Когда был создан аккаунт?
- Когда какие фото и видео грузились раньше?
- На какие страницы в соцсетях подписан пользователь, и связана ли их тематика с новостью?
- Какие результаты дает поиск по никнейму пользователя?

Время публикации контента в социальной сети — первое, на что стоит обращать внимание. Необходимо точно знать его и сопоставить со временем публикации. Идеальный вариант — связаться с автором материала и убедить его прислать оригинальный файл. Большинство современных цифровых фотокамер записывает параметры съемки в файлы изображений посредством формата EXIF. Эти данные можно вытащить при помощи **онлайн-сервисов Jeffrey's EXIF viewer** или **Findexif.com**, чтобы проверить подлинность фото, сравнив время и место съемки со временем события.

Алгоритм проверки времени съемок фото-, видеоматериалов:

- Проверить фото при помощи **TinEye** и/ли **Google's reverse image search**, чтобы убедиться, что фотография не была опубликована раньше.
- Когда фото/видео были загружены в Сеть?
- Подтверждается ли информация материала другими свидетельствами? Есть ли подобные публикации в социальных сетях или локальных медиа?
- Соответствует ли погода на картинке погоде во время события?
- Соответствуют ли направление и длина теней времени съемок?
- Имеется ли оригинал фотографии, уточните, что упомянуто в метаданных EXIF.

Алгоритм проверки места съемки фото-, видеоматериалов:

- Мог ли человек, который выложил материал, оказаться на месте происшествия?

- Можете ли вы найти место съемки в картографических сервисах? Идентичные ли они?
- Подтверждают ли детали на фотографии (номерные знаки, язык на рекламных вывесках) место съемок?
- Если это видео, говорят ли снятые в ролике люди на местном языке?

Чтобы проверить подлинность видеоматериалов в **YouTube**, стоит воспользоваться ресурсом **Citizen Evidence Lab**, где имеется и пошаговая инструкция, посредством которой журналист может узнать, как сверить историю загрузок видео, время и место съемок.

Как быть с анонимным источником

Многие источники, фигурирующие в материалах журналиста, анонимные — так проще и, кажется, безопаснее. Однако стоит все же идентифицировать источники всегда, когда это возможно, потому что главное профессиональное достояние журналиста — это доверие.

В ряде изданий действует правило обязательной деанонимизации источников, кроме крайних случаев. The Washington Post рекомендует хотя бы приблизительно указать на источник информации — учреждение, должность ——и включить это в материал. При этом использовать псевдоним не разрешается.

Общество профессиональных журналистов (Society of Professional Journalists) соглашается, что неназванный источник — это порой единственный способ раскрыть глубокую, социально значимую историю, но также напоминает о важности выяснения мотива источника предоставить определенную информацию.

Сбор информации – это практика взаимных уступок для большого количества госслужащих. Некоторые их них готовы предоставить информацию, которая им удобна, но при этом вредит их оппонентам или недоброжелателям. Имейте это в виду, когда будете договариваться об анонимности. Впрочем, это действует не только для разговоров с чиновниками.

Стоит помнить, что анонимный источник не должен быть анонимным для самого журналиста. Автор должен убедиться, что получает информацию от существующего человека, провести минимальную верификацию личности или попросить героя о встрече.

В случае, когда деанонимизация источника для самого журналиста невозможна по весомым обстоятельствам, нужно использовать источник как зацепку для дальнейшего расследования — собрать как можно больше информации в других источниках, обратить ко второй стороне.

В самых крайних случаях, когда история имеет важное общественное значение, однако, источник пожелал остаться анонимным, можно использовать метод светофора — пометить источник информации как сомнительный, тем самым предупредив читателя.

Правовая сторона вопроса

Защита анонимности источников закреплена в Статье 41 «Закона о СМИ»:

«Редакция не вправе разглашать в распространяемых сообщениях и материалах сведения, предоставленные гражданином с условием сохранения их в тайне.

Редакция обязана сохранять в тайне источник информации и не вправе называть лицо, предоставившее сведения с условием неразглашения его имени, за исключением случая, когда соответствующее требование поступило от суда в связи с находящимся в его производстве делом.»

Иными словами, вы обязаны хранить профессиональную тайну, как это делают, скажем, адвокат, врач или банковский служащий. Чиновники или госслужащие не имеют права требовать у вас разглашения конфиденциальной информации, только суд — и то, исключительно в связи с находящимся в производстве делом, а требование должно быть мотивировано и оформлено официально.

Журналист также имеет право отказаться от разглашения своего источника в суде. В этом случае он берет на себя ответственность за предоставление доказательств по делу.

Подробнее о законодательных основах и правах журналиста можно почитать на сайте Центра защиты прав СМИ (с 26.02.2015 организация включена Минюстом РФ в реестр НКО выполняющих функции иностранного агента), а про работу с источниками — тут и тут.

Безопасность и страховка

Прежде всего, стоит определить наибольшую угрозу для вас и вашего источника, а также четко обозначить их для вашего героя.

Для обмена и хранения информации используйте защищенные каналы связи (такими мессенджерами, например, являются Signal и Telegram). Для хранения информации можно использовать облачные сервисы, однако стоит убедиться в их надежности. Не забудьте поделиться основами цифровой безопасности со своим источником.

Резюме:

1. Указывайте источник всегда, когда это возможно.
2. Источник не должен быть анонимным для самого журналиста.
3. Выясняйте мотив источника.
4. Проверяйте информацию, даже если она поступила от надежного источника.
5. Используйте метод светофора — помечайте в начале статьи источник как надежный или сомнительный.
6. И несмотря ни на что — защищайте свой источник и его анонимность.
7. А сделать это вам поможет ст.41 «Закона о СМИ», согласно которой вы можете смело отказать любому лицу в открытии источника. Даже суду, но тогда вам придется взять все обязанности по доказательствам по предоставленной информации на себя.
8. Но закон выше работает, если вы — зарегистрированное СМИ.
9. Вместе с информатором рассчитайте возможные последствие публикации, угрозы и, насколько это возможно, подготовьтесь принять последствия.
10. Используйте надежные методы передачи и хранения информации — своему источнику также сообщите о них.

Тема лекционного занятия:
Раздел 2. Этика в практической деятельности журналиста
Тема 2.3. Этические нормы использования информации
Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний об этических нормах использования информации.
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Правовые нормы поведения людей имеют юридическую основу и регулируются государственными законами. Этические нормы регулируют поведение людей и их отношения в повседневной жизни по сложившимся традициям и внутренним законам общества.

Этические нормы дополняют юридические, что позволяет эффективнее регулировать человеческие отношения.

В информационной деятельности, юридические законы пока не всегда возможно применить. Но определенные понятия о том, «что такое хорошо и что такое плохо», все же существуют, и постепенно складываются этические нормы.

Взаимоотношения людей в обществе базируются на выработанных человечеством нормах нравственности и морали. Этика – это философская наука, объектом изучения которой является мораль. В этике можно выделить два рода проблем: вопросы о том, как должен поступать человек в той или иной ситуации, и теоретические вопросы о прохождении и сущности морали. Практическое значение этики проявляется в первую очередь в сфере человеческого общения. Когда люди занимаются информационной деятельностью, а их основным средством работы является компьютер, соблюдение этических норм становится чрезвычайно актуальным. Каждый, кто работает с информацией, должен отчетливо осознавать свою ответственность за сохранение необходимой степени ее конфиденциальности.

Успешная информационная деятельность людей во многом зависит от соблюдения таких этических норм и принципов, как четкость, точность, корректность, объективность в оценке и представлении информации, порядочность и другие нравственные категории.

Этичность поведения не имеет «верхних» границ. Правилам поведения в общественных местах учат с детства. Виртуальное общение отличается от общения, которое происходит в реальной жизни. Как легко бывает общаться с малознакомыми людьми, которые наверняка вам больше не встретятся. В таком общении исчезает зависимость, предубеждение, контакт начинается «с чистого листа». Примерно то же самое происходит и при общении в сети: собеседникам вас не видно, они не знают ваших достоинств и недостатков, никого не интересует ваше положение в обществе. Все изначально равны между собой. Это раскрепощает, но везде нужна мера. Иногда один из участников виртуальной беседы, понимая безнаказанность своего поведения, может оскорбить других, возмутить, разочаровать или просто надоесть им. Несдержанность некоторых личностей приводят к созданию в Сети групп, которые всеми правдами и неправдами ведут долгие войны друг против друга по самым мельчайшим и немыслимым поводам. И вроде бы и ничего страшного (воюют, ну и пусть воюют), однако беда в том, что остальные, большинство, которым, как потребителям информации не имеет значения ее форма, смотрят на потасовку и испытывают от нее неприятные ощущения. Еще большая беда в том, что всю эту убогость видят юные жители Интернета. А если они подумают, что в Сети, так принято?!

В этой связи стоит привести один из наиболее упорядоченных сейчас в Сети документов относительно Сетевой этики, но следует сразу заметить, что хоть он и приводится на некоторых сайтах как законченный документ, однако работа над проектом все еще продолжается.

Говоря о каких-либо моральных ценностях в Сети следует уделить внимание пока еще острой проблеме взаимодействия этики и капитала.

В последнее время правительства многих государств стараются ограничить свое финансирование Всемирной паутины за счет возрастания доли коммерческого капитала. Здесь выделяются два аспекта проблемы – личностный и коммерческий.

Первый заключается в том, что многие пользователи, несмотря на прекращение финансирования Интернета хотели бы, чтобы расходы на подключения оплачивались не из их кармана. Именно поэтому во многих учреждениях, через которые пользователь использует Сеть, могут потребовать соблюдения определенных правил.

Коммерческий аспект, в свою очередь, основывается на том, что финансовые дела должны вестись так, как это принято в Интернет. И хотя культура взаимоотношений в Сети находится, как уже не раз упоминалось, еще в стадии становления и этические нормы еще не получили стабильности, в сети еще живы традиции откровенного неприятия проявлений меркантилизма по отношению к Интернет и во взаимоотношениях через него. Навязывание рекламы в Сети сейчас полуофициально запрещено, что вырабатывает определенное Интернет-сознание: престиж компании раз проделавшей это сильно падает. Реклама отнюдь не исключается, но она должна носить чисто информационный характер. В принципе, как и вся предлагаемая информация в Сети.

В этом и заключаются сущность, особенности, основные нормы и принципы Сетевой этики, от которых, а точнее от их достаточно бурного сейчас развития будет зависеть, каким будет выглядеть Интернет завтра: грязным, аморальным, упадочным или сущностью красоты глобального человеческого общения и взаимоотношений. Вот она – проблема развития сегодняшней Сети!

Существуют, однако, общепринятые нормы работы в сети Интернет, направленные на то, чтобы деятельность каждого пользователя сети не мешала работе других пользователей. Фундаментальное положение этих норм таково: правила использования любых ресурсов сети Интернет (от почтового ящика до канала связи) определяют владельцы этих ресурсов и только они.

Настоящий документ описывает общепринятые нормы работы в сети Интернет, соблюдение которых является обязательным для всех пользователей. Действие этих норм распространяется на порядок использования ресурсов Сети.

1. Запрет несанкционированного доступа и сетевых атак

Не допускается осуществление попыток несанкционированного доступа к ресурсам Сети, проведение или участие в сетевых атаках и сетевом взломе, за исключением случаев, когда атака на сетевой ресурс проводится с явного разрешения владельца или администратора этого ресурса. В том числе запрещены:

1.1. Действия, направленные на нарушение нормального функционирования элементов Сети (компьютеров, другого оборудования или программного обеспечения), не принадлежащих пользователю.

1.2. Действия, направленные на получение несанкционированного доступа, в том числе привилегированного, к ресурсу Сети (компьютеру, другому оборудованию или информационному ресурсу), последующее использование такого доступа, а также уничтожение или модификация программного обеспечения или данных, не принадлежащих пользователю, без согласования с владельцами этого программного обеспечения или данных либо администраторами данного информационного ресурса.

1.3. Передача компьютерам или оборудованию Сети бессмысленной или бесполезной информации, создающей нагрузку на эти компьютеры или оборудование, а также промежуточные участки сети, в объемах, превышающих минимально необходимые для проверки связности сетей и доступности отдельных ее элементов.

2. Соблюдение правил, установленных владельцами ресурсов

Помимо вышеперечисленного, владелец любого информационного или технического ресурса Сети может установить для этого ресурса собственные правила его использования. Правила использования ресурсов либо ссылка на них публикуются владельцами или администраторами этих ресурсов в точке подключения к таким ресурсам и являются обязательными к исполнению всеми пользователями этих ресурсов. Пользователь обязан соблюдать правила использования ресурса либо немедленно отказаться от его использования.

3. Недопустимость фальсификации

Значительная часть ресурсов Сети не требует идентификации пользователя и допускает анонимное использование. Однако в ряде случаев от пользователя требуется предоставить информацию, идентифицирующую его и используемые им средства доступа к Сети. При этом пользователю запрещается:

3.1. Использование идентификационных данных (имен, адресов, телефонов и т.п.) третьих лиц, кроме случаев, когда эти лица уполномочили пользователя на такое использование. В то же время пользователь должен принять меры по предотвращению использования ресурсов Сети третьими лицами от его имени (обеспечить сохранность паролей и прочих кодов авторизованного доступа).

3.2. Фальсификация своего IP-адреса, а также адресов, используемых в других сетевых протоколах, при передаче данных в Сеть.

3.3. Использование несуществующих обратных адресов при отправке электронных писем.

4. Настройка собственных ресурсов

При работе в сети Интернет пользователь становится ее полноправным участником, что создает потенциальную возможность для использования сетевых ресурсов, принадлежащих пользователю, третьими лицами. В связи с этим пользователь должен принять надлежащие меры по такой настройке своих ресурсов, которая препятствовала бы недобросовестному использованию этих ресурсов третьими лицами, а также оперативно реагировать при обнаружении случаев такого использования. Примерами потенциально проблемной настройки сетевых ресурсов являются:

- открытый ретранслятор электронной почты (SMTP-relay);
- общедоступные для неавторизованной публикации серверы новостей (конференций, групп);
- средства, позволяющие третьим лицам неавторизованно скрыть источник соединения (открытые прокси- серверы и т.п.);
- общедоступные широковещательные адреса локальных сетей;
- электронные списки рассылки с недостаточной авторизацией подписки или без возможности ее отмены.

Итак, из всего вышеизложенного можно определить главный, претендующий на доминирование принцип Всемирной паутины – Noli nocere («Не навреди»). Коротко и ясно. Однако, как много смысла заложено в этой мудрой фразе. Свобода одного пользователя Интернет заканчивается там, где начинается свобода другого. Но не нужно ограничивать себя, свою свободу, запирать свое "я" в клетку. Однако, в то же время, каждый раз, перед поступком – словом, действием – следует подумать, чтобы не ограничить свободу своего Ближнего. В Сети он может быть и дальним – Земля большая. Но «дальним» по расстоянию, зато «ближним» по духу и интересам.

Жители Интернет- пространства – это новый, информационный социальный слой, достаточно массовая группа; это специфическое, построенное на принципах объединения интересов надгосударственное образование, а его так называемая анархия – возможно это новейшая форма общественной жизни, за которой будущее.

Конечно же, ясно и понятно, Интернет – это особое место. Живя по законам человеческим, он повторяет нашу реальность. Однако, это повторение не есть слепым и невдумчивым копированием. Человек в Сети старается быть намного лучше, чем на самом деле. В Интернете он воплощает неудавшиеся планы и нереализованные идеи обыденной жизни. Здесь пользователь строит тот идеал, на который всю жизнь хотел быть похож, и который жаждет и приемлет вся его сущность. Но не стоит, в то же время, забывать – "я" в жизни и "я" в Сети – это тоже две стороны одной медали, два стороны одной сущности, два аспекта одной проблемы.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Тема занятия:

Раздел 1. Основы профессиональной этики журналиста
Тема 1.1. Право и этика журналистской деятельности
Тема 1.2. Кодексы журналисткой этики
Тема 1.3. Нравственные принципы деятельности журналиста

Формы практических заданий: реферат, контрольная работа

Темы рефератов:

1. Этические нормы в журналистике: историческая эволюция и современное состояние.

2. Роль кодексов журналистской этики в регулировании профессиональной деятельности.
3. Сравнительный анализ международных кодексов журналистской этики.
4. Право на свободу слова и его ограничения в контексте журналистской деятельности.
5. Дилемма правды и сенсации: как журналисту сохранить баланс?
6. Этика освещения конфликтов и военных действий в современном медиапространстве.
7. Проблемы конфиденциальности источников информации в работе журналиста: этика vs законность.
8. Влияние цифровой эпохи на соблюдение этических норм в журналистике: вызовы и перспективы.
9. Этика использования искусственного интеллекта в создании новостного контента: возможности и риски
10. Журналистская ответственность перед обществом: где границы допустимого?
11. Влияние общественного мнения на принятие решений о публикации спорного материала: этический аспект анализа кейсов из практики известных СМИ
12. Принципы объективности при подготовке репортажей о политических событиях – миф или реальность

Вопросы к контрольной работе:

1. Что такое профессиональная этика журналиста и какие основные принципы она включает?
2. Каковы основные обязанности журналиста в отношении правдивости и точности информации? Приведите примеры.
3. Обсудите концепцию конфликта интересов в журналистике и приведите примеры возможных ситуаций конфликта интересов.
4. Почему анонимные источники могут быть как полезны, так и проблематичны для журналиста? Каковы правила их использования?
5. Каким образом журналисты должны соблюдать баланс между правом общества на информацию и правом индивидуума на приватность? Приведите примеры из практики.
6. Что подразумевается под понятием “журналистская объективность” и почему она важна в профессии журналиста?
7. Рассмотрите роль саморегулирования в профессиональной этике журналистики: какие существуют механизмы саморегулирования, и насколько они эффективны?
8. Как развитие цифровых технологий влияет на соблюдение этических норм в современной журналистике? Приведите конкретные примеры или случаи из недавней практики медиаиндустрии.
9. Объясните значение термина “фейковые новости” (fake news) в контексте профессиональной этики журналиста.
10. Какую роль играют редакционные стандарты и кодексы этики в работе современных медиаорганизаций, включая онлайн-платформы?

Тема занятия:

Раздел 2. Этика в практической деятельности журналиста

Тема 2.1. Служебная этика журналиста

Тема 2.2. Этические нормы сбора информации

Тема 2.3. Этические нормы использования информации

Формы практических заданий: реферат, контрольная работа

Темы рефератов:

1. Этические дилеммы в современной журналистике
2. Роль служебной этики в формировании профессиональных стандартов журналиста
3. Принципы сбора информации: где проходит граница между этикой и законом?
4. Этика и объективность: как избежать предвзятости при освещении новостей?
5. Использование скрытых источников: этические аспекты и последствия
6. Баланс между правом на информацию и правом на частную жизнь
7. Влияние цифровых технологий на сбор информации: новые вызовы для журналистов
8. Проблемы конфиденциальности и анонимности в журналистской практике
9. Этические нормы использования информации из социальных сетей
10. Ответственность за распространение ложной информации: моральные аспекты
11. Журналистика данных: как обеспечить этичное использование больших данных?
12. Информационная безопасность как часть профессиональной этики журналиста
13. Роль редактора в поддержании служебной этики редакции СМИ
14. Этика визуальной коммуникации: использование фотографий и видеоматериалов в СМИ
15. “Воздействие личных убеждений на объективность репортажа
16. Защита источников информации как элемент служебной ответственности
17. Конфликт интересов в работе современных медиаагентств
18. Роль международных кодексов поведения для глобальной журналистики
19. Взаимодействие с правоохранительными органами при сборе новостей
20. Этические нормы освещения конфликтных ситуаций (войн, катастроф)
21. Участие гражданских репортеров — возможности или риски?
22. Прозрачность медиапроцессов – ключевая задача современного общества?
23. Инновации против традиционализма – что важнее для будущего профессии?
24. Как изменяются стандарты под влиянием политической конъюнктуры?
25. Вопросы самосознания аудитории – кто отвечает за интерпретацию получаемых сведений?

Вопросы к контрольной работе:

1. Какие основные принципы служебной этики должны соблюдать журналисты в своей профессиональной деятельности?
2. Как конфиденциальность источника информации влияет на профессиональную этику журналиста?
3. В каких ситуациях журналист может столкнуться с конфликтом интересов и как его разрешить?
4. Какие методы сбора информации считаются неэтичными в журналистской практике и почему?
5. Как права человека могут быть нарушены при сборе информации и как этого избежать?
6. Каковы последствия нарушения этических норм при сборе информации для репутации СМИ?
7. Почему важно проверять достоверность собранной информации перед ее публикацией?
8. Каким образом можно обеспечить баланс между правом общественности на информацию и правами личности на приватность?
9. Какие меры следует предпринять, чтобы предотвратить манипуляцию фактами или вырывание их из контекста?

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1 (Семестр 2)	
Раздел 1. Основы профессиональной этики журналиста	Подготовка реферата
	Подготовка к контрольной работе
Раздел 2. Этика в практической деятельности журналиста	Подготовка реферата
	Подготовка к контрольной работе

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень тем рефератов к Разделу 1:

1. Этические нормы в журналистике: историческая эволюция и современное состояние.
2. Роль кодексов журналистской этики в регулировании профессиональной деятельности.
3. Сравнительный анализ международных кодексов журналистской этики.
4. Право на свободу слова и его ограничения в контексте журналистской деятельности.
5. Дилемма правды и сенсации: как журналисту сохранить баланс?
6. Этика освещения конфликтов и военных действий в современном медиапространстве.
7. Проблемы конфиденциальности источников информации в работе журналиста: этика vs законность.
8. Влияние цифровой эпохи на соблюдение этических норм в журналистике: вызовы и перспективы.
9. Этика использования искусственного интеллекта в создании новостного контента: возможности и риски
10. Журналистская ответственность перед обществом: где границы допустимого?
11. Влияние общественного мнения на принятие решений о публикации спорного материала: этический аспект анализа кейсов из практики известных СМИ
12. Принципы объективности при подготовке репортажей о политических событиях – миф или реальность

Вопросы к контрольной работе к Разделу 1:

1. Что такое профессиональная этика журналиста и какие основные принципы она включает?
2. Каковы основные обязанности журналиста в отношении правдивости и точности информации? Приведите примеры.
3. Обсудите концепцию конфликта интересов в журналистике и приведите примеры возможных ситуаций конфликта интересов.
4. Почему анонимные источники могут быть как полезны, так и проблематичны для журналиста? Каковы правила их использования?
5. Каким образом журналисты должны соблюдать баланс между правом общества на информацию и правом индивидуума на приватность? Приведите примеры из практики.
6. Что подразумевается под понятием “журналистская объективность” и почему она важна в профессии журналиста?
7. Рассмотрите роль саморегулирования в профессиональной этике журналистики: какие существуют механизмы саморегулирования, и насколько они эффективны?
8. Как развитие цифровых технологий влияет на соблюдение этических норм в современной журналистике? Приведите конкретные примеры или случаи из недавней практики медиаиндустрии.
9. Объясните значение термина “фейковые новости” (fake news) в контексте профессиональной этики журналиста.

10. Какую роль играют редакционные стандарты и кодексы этики в работе современных медиаорганизаций, включая онлайн-платформы?

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень тем рефератов к Разделу 2:

1. Этические дилеммы в современной журналистике
2. Роль служебной этики в формировании профессиональных стандартов журналиста
3. Принципы сбора информации: где проходит граница между этикой и законом?
4. Этика и объективность: как избежать предвзятости при освещении новостей?
5. Использование скрытых источников: этические аспекты и последствия
6. Баланс между правом на информацию и правом на частную жизнь
7. Влияние цифровых технологий на сбор информации: новые вызовы для журналистов
8. Проблемы конфиденциальности и анонимности в журналистской практике
9. Этические нормы использования информации из социальных сетей
10. Ответственность за распространение ложной информации: моральные аспекты
11. Журналистика данных: как обеспечить этичное использование больших данных?
12. Информационная безопасность как часть профессиональной этики журналиста
13. Роль редактора в поддержании служебной этики редакции СМИ
14. Этика визуальной коммуникации: использование фотографий и видеоматериалов в СМИ
15. “Воздействие личных убеждений на объективность репортажа
16. Защита источников информации как элемент служебной ответственности
17. Конфликт интересов в работе современных медиаагентств
18. Роль международных кодексов поведения для глобальной журналистики
19. Взаимодействие с правоохранительными органами при сборе новостей
20. Этические нормы освещения конфликтных ситуаций (войн, катастроф)
21. Участие гражданских репортеров — возможности или риски?
22. Прозрачность медиапроцессов – ключевая задача современного общества?
23. Инновации против традиционализма – что важнее для будущего профессии?
24. Как изменяются стандарты под влиянием политической конъюнктуры?
25. Вопросы самосознания аудитории – кто отвечает за интерпретацию получаемых сведений?

Вопросы к контрольной работе по Разделу 2:

1. Какие основные принципы служебной этики должны соблюдать журналисты в своей профессиональной деятельности?
2. Как конфиденциальность источника информации влияет на профессиональную этику журналиста?
3. В каких ситуациях журналист может столкнуться с конфликтом интересов и как его разрешить?
4. Какие методы сбора информации считаются неэтичными в журналистской практике и почему?
5. Как права человека могут быть нарушены при сборе информации и как этого избежать?
6. Каковы последствия нарушения этических норм при сборе информации для репутации СМИ?
7. Почему важно проверять достоверность собранной информации перед ее публикацией?
8. Каким образом можно обеспечить баланс между правом общественности на информацию и правами личности на приватность?
9. Какие меры следует предпринять, чтобы предотвратить манипуляцию фактами или вырывание их из контекста?

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) ТЕХНОЛОГИИ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Направление подготовки
«42.03.02 Журналистика»

Направленность
«Журналистика»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия

(при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным

справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана;

написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного

творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
   - наименование факультета;
   - тема презентации;
   - фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
   - фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
   - год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

– титульный лист;

- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема лекционного занятия:
Раздел 1. Концептуальные основы интегрированных коммуникаций

Тема 1.1. Определение и сущность интегрированных коммуникаций

Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о сущности интегрированных коммуникаций.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Для продвижения своего продукта компания выстраивает сложную систему взаимодействия с внешней средой, а именно с партнерами, поставщиками и целевой аудиторией. Маркетинговыми коммуникациями называются связи, используемые для распространения информации о бренде, его конкурентных преимуществах, отличительных свойствах товаров и услуг.

Давая определение интегрированным маркетинговым коммуникациям (ИМК), говорят о совокупности большого количества различных связанных между собой каналов и способов взаимодействия фирмы с потребителями, целью которых является формирование положительного образа компании или продукта.

Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций

Почему нельзя обойтись каким-нибудь одним проверенным каналом связи с целевой аудиторией? Для чего используется целая система интегрированных коммуникаций?

Комплексное взаимодействие с клиентами обеспечивает максимальную эффективность, к тому же на разных этапах продвижения изделия требуются разные способы общения с потенциальными и реальными контрагентами.

Когда товар или услуга только внедряются на рынок, используются публикации в СМИ и реклама, благодаря которым начинаются первые продажи для ознакомления с преимуществами продукта. Далее следует этап роста, кода инструменты продвижения не так востребованы, поскольку к распространению информации подключаются потребители. Затем приходит время зрелости, для которого первостепенными являются процессы стимулирования сбыта за счет рекламы и личных продаж. На этапе спада публикации и reclame не столь эффективны, зато хорошо работают мероприятия, стимулирующие сбыт.

Основы интегрированных коммуникаций были заложены на заре становления современного маркетинга, в 50-х годах XX века. Правда, тогда для завоевания рынка и поддержания продаж на стабильно высоком уровне было достаточно рекламных роликов на телевидении и объявлений в печатных СМИ.

Объявления в печатных СМИ

Сегодня взаимодействие между брендами и потребителями намного сложнее. Многочисленные каналы распространения информации, перенасыщенный товарами и услугами рынок и вытекающая из этого взыскательность аудитории заставляют компании внедрять многокомпонентную и разноуровневую систему общения с бизнес-партнерами, покупателями, государственными органами и обществом в целом. Успешное развитие коммерческой структуры в современных условиях возможно при условии применения связанных методов контактирования со всеми участниками рынка.

Бесплатная реклама, маркетинг и связи с общественностью – интегрированные коммуникации подразумевают объединение возможностей перечисленных инструментов взаимодействия с внешней средой. Информация о преимуществах продукта доносится до целевой аудитории всеми средствами, имеющимися в распоряжении компании, от дизайна упаковки и разработки текста рекламы до разнообразных методов стимулирования повторных продаж и повышения лояльности клиентов. Продуманный комплекс взаимодополняющих мероприятий позволяет создавать единый положительный образ компании, которой доверяют потребители и партнеры.

Цели интегрированных коммуникаций

Гармоничное и синхронизированное использование всех инструментов, с помощью которых продвигается продукт, расширяется охват аудитории и растут продажи, – главная, но не единственная цель применения технологии интегрированных коммуникаций. Помимо нее комплексная система взаимодействия со всеми участниками рынка позволяет:

- экономить средства компании за счет снижения затрат на рекламу;

- добиваться максимальной эффективности всех средств ИМК;
- приобретать конкурентные преимущества по сравнению с брендами, не использующими интегрированные коммуникации;
- повышать лояльность клиентов и улучшать деловую репутацию компании.

Цели интегрированных коммуникаций

Интегрированные коммуникации активно работают на достижение двух главных целей. Первая – объединение всех маркетинговых инструментов и каналов общения с внешней средой в единую систему. Вторая – повышение эффективности деятельности компании по привлечению новых клиентов, росту продаж и доходности бизнеса.

Тема лекционного занятия:
Раздел 1. Концептуальные основы интегрированных коммуникаций
Тема 1.2. Стратегия и принципы построения интегрированных коммуникаций
Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о стратегиях и принципах интегрированных коммуникаций.
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

4 главных принципа ИМК

Внедряя технологию ИМК, необходимо руководствоваться следующими принципами, лежащими в ее основе:

Все маркетинговые инструменты и бизнес-процессы должны быть скоординированы между собой и соответствовать общей стратегии развития бренда.

Каждая задействованная форма рекламной коммуникации согласуется с имиджем компании и декларируемыми ею ценностями.

Маркетинговые инструменты используются в комбинациях и пропорциях, при которых возможно извлечение максимальной прибыли.

Удовлетворение запросов конечного потребителя является определяющим фактором, от которого зависит достижение целей ИМК. В процессе взаимодействия с целевой аудиторией компания получает информацию о впечатлениях потребителя от продукта, при необходимости исправляет допущенные недочеты, тем самым повышает лояльность клиентов и улучшает репутацию бренда в целом.

4 типа интегрированных коммуникаций

Существует четыре типа ИМК, каждый из которых способствует налаживанию контакта с целевой аудиторией:

Запланированные сообщения. Сюда включаются все традиционные разновидности рекламы, PR, мероприятий по стимулированию сбыта и личных продаж.

Незапланированные сообщения. Информация, идущая вразрез с тем образом, который компания стремится создать у потребителей и партнеров. Речь идет о непрофессионализме сотрудников торгового зала, нарушении обязательств фирмы перед контрагентами и даже о неудобном расположении и плохом состоянии офиса или магазинов.

Предполагаемые сообщения. Впечатления о компании, которые остаются после знакомства с ее кадровой политикой, миссией и опытом работы на рынке.

Типы интегрированных коммуникаций

Поддерживаемые сообщения. Информация, считываемая клиентами во время общения с сотрудниками организации, а также в процессе наблюдения за атмосферой внутренней коммуникации работников фирмы.

Для создания положительного имиджа бренда одинаково важны все типы коммуникации. Если клиенту в рекламе рассказывают о компетентности и вежливости продавцов, а на практике он сталкивается с их непрофессионализмом и хамством, сформировать положительный образ бренда невозможно. Все типы коммуникаций должны работать на достижение единой цели.

4 стратегии ИМК

Систему интегрированных коммуникации можно применять для реализации одной из четырех стратегий: интенсивного развития, экстенсивного развития, конкурентной и доверительных отношений.

Первая известна также под названием политики увеличения потребителя и используется для повышения вторичного спроса на продукт бренда. В результате растет интенсивность продаж, поддерживается на высоком уровне востребованность товаров или услуг и появляются новые способы их использования.

Стратегия экстенсивного развития решает задачу увеличения первичного спроса. Усилия компании при этом направлены на завоевание новых рынков и вовлечение других сегментов целевой аудитории.

Оптимальными условиями задействования этой стратегии являются слабая насыщенность товарами (услугами) и общий застой. В результате бренд добивается роста популярности и улучшения имиджа.

Конкурентная стратегия основана на анализе продукта соперников по рынку. Опираясь на результаты исследования, компания выбирает линию поведения, при которой она будет встречать меньше препятствий со стороны конкурентов.

Стратегия доверительных отношений подразумевает акцент на продолжении взаимодействия с имеющейся клиентской базой. Речь идет как об удержании лояльных потребителей, так и о привлечении через них новых потребителей. Сарафанное радио – проверенный и недорогой способ продвижения, но эффективен он только при безукоризненном имидже бренда.

Тема лекционного занятия:
Раздел 1. Концептуальные основы интегрированных коммуникаций
Тема 1.3. Функции интегрированных коммуникаций
Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о функциях интегрированных коммуникаций.
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Интегрированные коммуникации представляют собой стратегический подход к координации и унификации всех форм связи, используемых организацией для передачи согласованного послания. Основные функции интегрированных коммуникаций включают в себя построение единого бренда, усиление маркетинговых усилий и обеспечение согласованности сообщений через различные каналы. Они способствуют повышению узнаваемости бренда, установлению доверительных отношений с аудиторией и улучшению взаимодействия с клиентами. Это достигается за счет комплексного использования различных средств коммуникации, включая рекламу, PR, прямой маркетинг и цифровые платформы. Интеграция всех этих элементов позволяет компании более эффективно достигать своих целей и адаптироваться к быстро меняющимся условиям рынка.

Интегрированные коммуникации играют ключевую роль в современном бизнесе, обеспечивая координацию и синергию всех каналов взаимодействия с клиентами. Одной из основных функций интегрированных коммуникаций является организационная функция, которая направлена на создание единого образа компании и согласованности всех её сообщений. Эвристическая функция позволяет выявлять новые идеи и подходы в процессе взаимодействия с аудиторией, что способствует инновациям и развитию бренда.

Предсказательная функция интегрированных коммуникаций помогает компаниям анализировать данные о поведении клиентов для прогнозирования их будущих действий, тем самым улучшая стратегию маркетинга. Функция измерения обеспечивает возможность оценки эффективности различных кампаний и корректировки тактики на основе полученных данных. В совокупности эти функции помогают создавать единый голос бренда, поддерживать многоканальное взаимодействие и обеспечивать интерактивный клиентский опыт, что в конечном итоге ведет к повышению лояльности клиентов и улучшению бизнес-результатов.

Интегрированные коммуникации (ИК) представляют собой стратегический подход, который объединяет все формы маркетинговых коммуникаций в единую программу. Основные функции моделей интегрированных коммуникаций включают в себя:

Создание единого голосового бренда: ИК помогают компаниям поддерживать консистентность и согласованность в сообщениях, которые они передают через различные каналы. Это позволяет укрепить идентичность бренда и повысить его узнаваемость.

Кросс-канальные кампании: Использование различных каналов для доставки сообщений позволяет охватить более широкую аудиторию и обеспечить многоканальное взаимодействие с клиентами.

Последовательный брендинг: Благодаря интеграции всех элементов маркетинговых коммуникаций компании могут последовательно строить бренд, создавая целостное восприятие у потребителей.

Принятие решений на основе данных: Модели ИК позволяют собирать и анализировать данные из различных источников, что способствует более точному пониманию потребностей клиентов и повышению эффективности кампаний.

Интерактивный клиентский опыт: Интегрированные коммуникации способствуют созданию интерактивного опыта для клиентов, что ведет к повышению их вовлеченности и удовлетворенности.

Стратегии повествования: Разработка историй вокруг бренда помогает создать эмоциональную связь с аудиторией, делая сообщения более запоминающимися и значимыми.

Создание сообщества: ИК поддерживают усилия по созданию сообществ вокруг брендов, где потребители могут взаимодействовать друг с другом и делиться своим опытом использования продукции или услуг компании.

Сотрудничество с влиятельными лицами (инфлюенсерами): Работа с инфлюенсерами позволяет усилить влияние бренда через доверенные лица аудитории, расширяя охват и привлекая новых потребителей.

Таким образом, модели интегрированных коммуникаций играют ключевую роль в современном маркетинге за счет своей способности комплексно управлять всеми аспектами взаимодействия между компанией и ее ауд

Тема лекционного занятия:
Раздел 1. Концептуальные основы интегрированных коммуникаций

Тема 1.4. Модели интегрированных коммуникаций

Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о моделях интегрированных коммуникаций.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК) является важным аспектом современного маркетинга. ИМК призваны обеспечить согласованность всех форм коммуникации, создавая единое сообщение для целевой аудитории. Рассмотрим различные модели, которые сформировали основу для понимания и применения этой концепции.

Модель ИМК Дона Шульца

Дон Шульц считается одним из пионеров в области интегрированных маркетинговых коммуникаций. Его модель подчеркивает необходимость объединения различных каналов коммуникации — от рекламы до PR и личных продаж — в единую стратегию. Это позволяет не только снизить расходы на продвижение, но и обеспечить согласованность сообщений компании на всех уровнях.

Модель ИК Шульца фон Туна

Модель Фрица фон Туна базируется на теории четырехсторонней модели общения, которая рассматривает сообщение как комплексный феномен с четырьмя составляющими: фактическим содержанием, самораскрытием отправителя, отношением к получателю и апелляцией к действию. В контексте ИМК эта модель помогает анализировать и улучшать качество корпоративных сообщений.

Модель ИК Дункана и Эверетта

Эта модель акцентирует внимание на стратегическом планировании коммуникаций, где ключевыми элементами являются синергия каналов и создание долгосрочных отношений с клиентами. Коммуникации должны быть тщательно спланированы с учетом жизненного цикла продукта или услуги.

Ключевые элементы модели Дункана и Эверетта

Синергия: Объединение всех доступных средств для создания более сильного эффекта.

Последовательность: Сообщения должны быть одинаковыми во всех каналах.

Взаимодействие: Развитие диалога с аудиторией вместо монолога.

Долгосрочные отношения: Упор на создание лояльности клиентов через постоянную работу над качеством общения.

Модель ИМК Филиппа Котлера

Филипп Котлер выделяет четыре основных компонента в своей модели ИМК: продуктовая политика (Product), ценовая политика (Price), методы распространения (Place) и продвижение (Promotion). Эти компоненты известны как 4P’s маркетинга, но применительно к интегрированным коммуникациям они адаптируются для создания более связной стратегии взаимодействия с рынком.

Модель ИМК Д.А. Шевченко

Модель Дмитрия Александровича Шевченко предлагает углубленный подход к управлению брендом через интеграцию традиционных медиа-каналов с цифровыми платформами и социальными сетями для более точного таргетирования аудитории.

Таким образом, разные модели интегрированных коммуникаций предлагают уникальные инструменты для решения задач бизнеса в условиях информационной перегруженности

современных рынков. Они помогают создать целостную стратегию взаимодействия с клиентами за счет координации различных форм коммуникативной

Тема лекционного занятия:
Раздел 2. Инструменты интегрированных коммуникаций
Тема 2.1. Инструменты ATL
Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний об инструментах ATL.
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

ATL — это прямое продвижение в традиционных маркетинговых каналах, которые дают большой охват. Сокращение происходит от английского above the line — «над чертой». ATL-рекламу противопоставляют BTL-рекламе (below the line — «под чертой»).

Пример ATL-рекламы

Классический пример ATL-рекламы — новогодние видеоролики Coca-Cola

Определения ATL и BTL впервые появились в 1954 году благодаря Procter&Gamble. Считается, что менеджеры компании в основной смете указывали только затраты на прямое продвижение в СМИ, после чего рисовали черту, а ниже от руки вписывали бюджет на работу промоутеров, конкурсы и другие узконаправленные рекламные активности.

Отличие ATL от BTL

ATL-реклама охватывает массовую аудиторию и нацелена в первую очередь на повышение узнаваемости бренда. Например, производитель йогурта запускает на национальном телевидении рекламу, в которой рассказывает о преимуществах своей продукции.

Когда посмотревший видеоролик человек в следующий раз пойдет в магазин и увидит рекламируемый бренд на полке, он с большей вероятностью купит его продукты, поскольку благодаря рекламе уже знаком с компанией. Это — результат ATL-рекламы.

Одновременно с рекламой на телевидении производитель йогуртов может поставить промоутера в магазине и устроить дегустацию нового продукта. Это уже BTL-реклама: она направлена на покупателей конкретной торговой точки, и промоутер может вступить в диалог с потенциальным клиентом (получить обратную связь).

Сейчас нередко выделяют еще TTL-рекламу (through the line — «сквозь черту»). Такое продвижение включает в себя элементы ATL и BTL подходов. К TTL обычно относят комплексные акции. Например, можно разместить наружную рекламу нового десерта и организовать дегустации этого продукта в магазинах. Кроме того, к TTL некоторые относят инструменты цифрового маркетинга, поскольку они дают доступ к массовой аудитории и к тонким настройкам таргетинга одновременно.

Зачем используют ATL-рекламу

ATL-реклама позволяет единовременно охватить большую аудиторию на локальном, региональном и даже национальном уровне. Такой вид продвижения часто используют для рекламы товаров массового потребления, особенно при выводе в продажу новых продуктов.

Пример ATL-рекламы

ATL-методами можно продвигать не только новые, но и уже существующие товары. «Домик в деревне» рассказывает в такой рекламе о том, что их продукты полностью натуральные

Выделяют несколько основных целей, которых позволяет добиться ATL-реклама.

- Повысить узнаваемость бренда.
- Расширить целевую аудиторию и привлечь новых клиентов.
- Увеличить спрос.
- Увеличить лояльность существующих покупателей.

- Проинформировать клиентов о запуске новых продуктов или крупных акциях.
- Укрепить позицию бренда на рынке.
- Улучшить проникновение на рынок, увеличить долю компании на рынке.

Особенности ATL-рекламы

ATL-реклама направлена на широкую аудиторию. Такое рекламное сообщение может увидеть или услышать любой человек, у которого есть доступ к выбранному для рекламы каналу.

В большинстве случаев это односторонняя коммуникация. ATL-реклама не предполагает диалога с покупателями, компания в одностороннем порядке воздействует на сознание клиентов.

В ATL-рекламе конверсии не так важны, как в BTL-рекламе. Этот вариант продвижения нацелен главным образом на увеличение узнаваемости бренда и лояльности покупателей.

Однако и в ATL-рекламе есть примеры, когда используют механики, направленные на получение заказов. Например, промокоды в рекламе на радио или купоны на скидку в печатных изданиях.

Плюсы и минусы ATL-рекламы

ATL-реклама дает доступ к широкой аудитории — такие рекламные кампании можно проводить на национальном уровне. Это позволяет донести рекламное сообщение даже до тех потребителей, которые пока не покупают ваши товары или не пользуются вашими услугами.

Этот вид продвижения позволяет укрепить позиции бренда на рынке: увеличить лояльность покупателей, повысить узнаваемость. Часто благодаря ATL-рекламе слоганы сами собой приходят в голову.

Из недостатков можно выделить цену — ATL-кампании, как правило, обходятся дороже BTL, особенно если вы хотите запустить рекламу в прайм-тайм на телевидении и радио, получить лучшие места на билбордах или в печатных медиа. Впрочем, цена оправдана большим охватом: в расчете на один контакт стоимость такой рекламы может быть достаточно низкой.

Другой недостаток — у ATL-рекламы сложно рассчитать возврат инвестиций, или ROI. ATL-стратегия не предполагает моментальные прямые продажи, поэтому вы не всегда увидите мгновенный результат и сможете понять, что клиенты пришли именно благодаря этому виду продвижения.

Основные каналы ATL-рекламы

ATL-рекламу распространяют на площадках, которые принято считать традиционными: в основном это телевидение, радио, печатная и наружная реклама.

Телевидение

Сюда входят классические рекламные видеоролики и рекламные интеграции в телешоу. Реклама на телевидении может быть региональной, национальной и даже международной, если ее распространяет международный телеканал.

Радио

Сюда относится реклама не только на радиостанциях, но и на других площадках, у которых есть доступ к массовой аудитории — например, звуковая реклама в метро.

Печатная реклама

Реклама в газетах и журналах. Сейчас этот способ продвижения сдает позиции, потому что люди предпочитают находить информацию через интернет. Но привлечь внимание читателей по-прежнему можно, особенно если творчески подойти к созданию объявления.

Наружная реклама

Билборды, баннеры в транспорте и на стадионах, брендинг автомобилей — все эти виды объявлений относятся к ATL-рекламе. Наружную рекламу размещают в проходных местах, благодаря чему объявление постоянно видят новые люди.

Тема лекционного занятия:

Раздел 2. Инструменты интегрированных коммуникаций

Тема 2.2. Инструменты BTL

Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о инструментах BTL.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

BTL-маркетинг, который фокусируется на нестандартных методах взаимодействия, это способ создать более глубокие связи с целевой аудиторией. В данной статье мы рассматриваем ее основные форматы, инструменты и преимущества.

Объединение традиционной рекламы с цифровыми каналами: рекламные ролики на телевидении с призывом к действию в социальных сетях.

Использование кросс-канального подхода: создание единого сообщения, которое распространяется во всех каналах.

Создание единой маркетинговой стратегии: объединение усилий маркетинговых отделов для достижения общих целей.

Важно упомянуть, что многое в бизнесе зависит от обработки обращений, которые приходят с разных рекламных объявлений. Автоматизировать продажи, снизить рутину и риск ошибок менеджеров позволяет интеграция телефонии с CRM. Пользователям системы бизнес-коммуникаций UIS она доступна на тарифах, начиная с «Универсал».

BTL-реклама: какие есть преимущества

Распишем подробнее плюсы данного типа продвижения:

Персонализация: это позволяет концентрировать усилия на конкретных целевых группах.

Креативность: кампании могут быть забавными, интересными и увлекательными, что редко встретишь в ATL.

Увеличение лояльности: БТЛ-реклама позволяет построить более тесные и личные отношения с клиентами, чем массовые каналы ATL.

Повышение осведомленности: хорошо подходит для проведения локальных кампаний, которые позволяют достичь целевую аудиторию в конкретном регионе.

Читайте также

Чем полезен виральный контент и как его создать

Как динамический контент привлекает и удерживает клиентов

Что такое колл-центр

Прямые продажи: какие методы и техники использовать

BTL-реклама: какие есть недостатки

Несмотря на многие преимущества перед ATL-, BTL-реклама не лишена недостатков, это важно учитывать при выборе маркетинговой стратегии:

Ограниченный охват: BTL-кампании, как правило, достигают меньшей аудитории, чем ATL.

Риск провала: они часто строятся на нестандартных творческих идеях, которые могут быть рискованными и не всегда оправдывают ожидания.

Сложность аналитики: такие маркетинговые активности нередко имеют отсроченный эффект, из-за чего становится непросто измерять их эффективность. Однако при использовании мультиканальной аналитики шансы получить объективную картину по конверсиям, в том числе ассоциированным, повышаются.

Важно уделять внимание не только инновационным маркетинговым активностям, но и новейшим каналам общения с клиентами. Многим покупателям удобно общаться с менеджерами через Telegram, WhatsApp и социальные сети. Многие компании уже принимают обращения в эти каналы, но для большего удобства можно объединить их в едином виджете омниканальных коммуникаций. Он устанавливается на сайт, и пользователь может сам выбрать, через какой канал обратиться — здесь доступны и мессенджеры, и обычный онлайн-чат, и телефонный звонок, и другие каналы.

BTL-реклама: популярные инструменты

BTL-реклама включает различные маркетинговые инструменты, относящиеся как к онлайн-активностям, так и к офлайн-активностям непосредственно в точках продаж — ниже перечислим основные виды.

SMM

Известно, что внимание пользователей все больше уходит в соцсети, и формирование сообществ в них превращается в мощный инструмент BTL-рекламы. Это позволяет выходить за рамки традиционных каналов и инструментов, достигать целевую аудиторию в естественной для нее среде.

BTL-реклама задействует особые форматы SMM-контента, приведем примеры:

Флешмобы: организация флешмобов в социальных сетях с использованием специальных хештегов и призывом к участию.

Конкурсы: проведение конкурсов с призами и заданиями, связанными с брендом или продуктом.

Прямые эфиры: организация прямых эфиров с участием экспертов, лидеров мнений или представителей бренда.

Партнерские программы: совместные проекты с инфлюенсерами, которые пропагандируют бренд в своих социальных сетях.

Как «отбивает» вложенные деньги BTL-кампания, поможет понять сквозная аналитика. Важно отметить, что данный инструмент работает в связке с виртуальной АТС и сервисом омниканальных коммуникаций, поэтому статистика эффективности рекламных источников учитывает все типы обращений — по телефону, в мессенджерах, во ВКонтакте.

Email-рассылки

Email-рассылки позволяют создавать списки подписчиков с учетом их интересов, демографических характеристик и поведения в сети.

Примеры использования этого инструмента в БТЛ-кампаниях:

Новости и обновления: это регулярные письма с новостями о бренде, продуктах и услугах.

Специальные предложения: это рассылка информации о скидках, акциях и специальных предложениях для подписчиков.

Контент-маркетинг: это рассылка полезного контента (примеры: статьи, инфографика или видеоролики, связанные с темой бренда);

Отзывы: это рассылка отзывов от клиентов или экспертов о товарах и услугах бренда.

Анкетирование: это проведение опросов и анкетирования, что позволяет получить обратную связь от клиентов.

Распродажи и акции

Распродажи и акции привлекают внимание клиентов к бренду и его продуктам, предлагая выгодные условия покупки.

Типы распродаж и акций, используемых в кампаниях данного типа:

- сезонные распродажи;
- акции с подарками;
- акции с купонами;
- программы лояльности;
- акции с конкурсами.

Раздаточные материалы

В отличие от цифрового контента, раздаточные материалы оставляют осязаемое впечатление.

Вот примеры раздаточных материалов, используемых в таких кампаниях:

Листовки: небольшие бумажные листовки с краткой информацией о бренде или акции.

Буклеты: более объемные бумажные брошюры с подробной информацией о товарах и услугах.

Каталоги: печатные каталоги с фото и описанием продукции компании.

Стикеры: маленькие наклейки с логотипом компании или слоганом.

Флаеры: листовки с информацией о предстоящих мероприятиях или акциях.

POS-материалы

POS-материалы расположены в месте продажи, где покупатель уже заинтересовался продуктом и готов к решению. При этом важно добавить, что они могут стимулировать и импульсные покупки.

Типы POS-материалов, используемые в таких кампаниях:

Воблеры: небольшие пластиковые пластины с рекламным сообщением, которые крепятся к полке с продуктом.

Штендеры: мобильные стенды с рекламным сообщением, которые можно размещать у входа в магазин или в торговом зале.

Стикеры: наклейки с рекламным сообщением, которые можно размещать на товарах, полках или в кассовой зоне.

Брошюры и листовки: печатные материалы с информацией об акции или продукте, которые можно размещать на стойках или раздавать клиентам.

Наружная реклама: рекламные щиты, баннеры и другие виды наружной рекламы, что расположены вблизи магазина.

Мерчандайзинг

Правильно организованная витрина или полка с товарами может привлечь внимание клиента и заставить его заинтересоваться продуктом.

Перечислим ключевые элементы и инструменты мерчандайзинга:

Витрина: должна быть яркой, привлекательной и отражать стиль бренда.

Расположение товаров: товар должен быть виден покупателю и вызывать интерес.

Декоративные элементы: плакаты, наклейки, подставки и другие предметы могут привлечь внимание клиентов.

Освещение: правильное освещение может сделать товары более заметными и даже привлекательными.

Цветовая гамма: использование правильной цветовой гаммы может повлиять на настроение покупателя и побуждать его к покупке.

Конкурсы, подарки за покупку, лотереи

Конкурсы, подарки и лотереи привлекают внимание клиентов к бренду и его продуктам, предлагая шанс выиграть ценные призы или получить приятные бонусы.

Перечислим разновидности данной рекламы в БТЛ-кампаниях:

- конкурсы с творческими заданиями;
- конкурсы фото или видео с продуктом или брендом;
- конкурсы с отзывами;
- подарки за покупку;
- лотереи с призами.

Дегустация и сэмплинг

Дегустация и сэмплинг позволяют клиентам непосредственно познакомиться с продуктом, оценить его вкус, аромат и текстуру.

Типы дегустации и сэмплинга, используемых в БТЛ-кампаниях:

- дегустация в магазине;
- раздача пробных образцов продукта на улице и в торговых центрах;
- дегустация на выставках и конференциях;
- включение пробных образцов в почтовые отправления (пример: в журналы или каталоги).

BTL-реклама (Below The Line) — это подход в маркетинге, который направлен на создание прямого контакта с аудиторией через нестандартные и эмоционально насыщенные форматы. Он отличается от ATL и TTL.

BTL-маркетинг — это, простыми словами, особые разновидности рекламных активностей, которые позволяют глубже взаимодействовать с целевой аудиторией, способствуя повышению

уровня вовлеченности, положительному изменению количества и тональности упоминаний бренда, увеличению лояльности.

Для маркетинговых активностей данного типа используются различные каналы, форматы и инструменты, такие как продающие офлайн-мероприятия, уличные акции, дегустации, раздача образцов и конкурсы. Онлайн-каналы, такие как социальные сети и email-рассылки, также активно применяются в BTL-рекламе, обеспечивая возможность прямого взаимодействия и вовлечения аудитории.

Тема лекционного занятия:
Раздел 2. Инструменты интегрированных коммуникаций
Тема 2.2. Тема 2.3. Инструменты PR
Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о инструментах PR.
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

В эпоху информационного изобилия и ожесточенной конкуренции умение грамотно выстраивать коммуникацию с обществом стало критически важным для любого бренда. Почему же некоторые компании вызывают у нас доверие и симпатию, даже если мы не являемся их клиентами? А другие умудряются оставаться на плаву, несмотря на скандалы и кризисы? Ответ кроется в искусстве PR.

Public Relations — это не просто красивая упаковка или реклама. Это целая философия бренда, позволяющая компаниям создавать прочное эмоциональное взаимодействие со своими потребителями.

В этой статье рассказываем, какие виды PR-услуг в маркетинге существуют и как они работают, что включает в себя пиар-деятельность, какие проблемы бизнеса она решает. Вы узнаете о современных подходах к организации связей с общественностью и поймете, как стать профессионалом в этой сфере.

Что такое пиар простыми словами?

PR (пиар, паблик рилейшнз) — это комплексная деятельность, направленная на выстраивание долгосрочных и взаимовыгодных отношений между компанией или брендом и различными контактными группами. В отличие от рекламы, которая нацелена на прямое продвижение товаров и услуг в маркетинге, PR фокусируется на формировании позитивного имиджа, создании благоприятной репутации и укреплении доверия к бренду.

Значимость PR в современном бизнесе трудно переоценить. В условиях жесткой конкуренции и информационного изобилия компаниям недостаточно просто предлагать качественные продукты. Важно «достучаться» до своих потенциальных потребителей, влюбить их в себя и свой продукт. И именно пиар позволяет решать этот важнейший вопрос.

Грамотно выстроенная PR-стратегия помогает компаниям:

- формировать положительное общественное мнение о бренде;
- повышать узнаваемость и лояльность потребителей;
- эффективно взаимодействовать со СМИ и влиятельными лицами;
- управлять репутационными рисками и кризисными ситуациями;
- продвигать товары и услуги на рынок.

Таким образом, PR может стать мощным преимуществом, которое позволит компаниям не просто продавать товары, но и выстраивать долгосрочные отношения с клиентами, тем самым обеспечивая устойчивый рост бренда.

Основные виды PR-услуг

Индустрия PR предлагает широкий спектр услуг, каждая из которых призвана решать специфические задачи по формированию позитивного образа компании, управлению репутацией,

продвижению товаров и услуг. От грамотного выбора и комбинации различных пиар-инструментов зависит эффективность коммуникации бренда.

В таблице ниже представлены характеристики основных видов пиар-услуг. Это позволит лучше понять специфику каждого направления и области его применения.

Вид пиар-услуги	Определение	Цели и задачи	Примеры
Медиарилейшнз	Выстраивание эффективных коммуникаций с представителями СМИ, журналистами, блогерами, инфлюенсерами	Размещение позитивной информации о компании в СМИ. Формирование общественного мнения. Продвижение товаров/услуг	Организация интервью с топ-менеджерами. Рассылка пресс-релизов. Приглашение блогеров
Организация специальных мероприятий	Планирование и проведение ярких событий для привлечения внимания	Повышение узнаваемости бренда. Презентация товаров. Налаживание контакта с партнерами и клиентами	Пресс-конференции. Выставки. Форумы. Фестивали
Кризисный PR	Комплекс мер по предотвращению или минимизации репутационных рисков компании в кризис	Оперативное реагирование на кризис. Информирование контактных групп. Сглаживание негативного эффекта	Расследование причин событий. Публичные извинения. Разъяснения через медиа
Корпоративный PR	Формирование позитивного образа компании как работодателя, партнера, социально-ответственной организации	Поддержание репутации. Взаимодействие с персоналом и местным сообществом. Привлечение партнеров и инвесторов	Корпоративные издания. Отчеты об устойчивом развитии. Благотворительные акции
Политический PR	Создание и транслирование определенного видения	Формирование общественного мнения. Повышение	Агитационные мероприятия. Дебаты. Митинги

	политических деятелей, партий, движений	узнаваемости. Привлечение сторонников	
Социальный PR	Содействие некоммерческим организациям и инициативам	Привлечение внимания к проблемам. Сбор пожертвований. Повышение осведомленности	Сбор средств. Информационные проекты. Волонтерские акции

Профессиональные PR-услуги открывают широкие возможности для выстраивания эффективной коммуникации с различными группами.

Пиар-деятельность требует системного подхода, глубокого знания методики, каналов и тенденций отрасли. К ее основным функциям относятся:

- Медиапланирование — анализ целевой аудитории и выбор оптимальных каналов коммуникации (ТВ, печатные издания и т. д.) для размещения сведений о компании, ее товарах и событиях.
- Разработка PR-стратегии — комплексный процесс определения целей, ключевых точек, тактик и средств PR на основе анализа ситуации и исследований.
- Мониторинг СМИ — непрерывный сбор и анализ упоминаний о компании, продуктах, конкурентах в различных информационных источниках.
- Консалтинг в области PR — оказание экспертной помощи в планировании и реализации PR-активностей, обучение сотрудников клиента.

Правильно подобранный комплекс PR-услуг и грамотная пиар-деятельность позволяют компаниям управлять репутацией, находить общий язык с потребителями и достигать потрясающих результатов.

Инструменты пиар-специалиста в маркетинге

В пиар-деятельности используется широкий спектр методов работы для эффективного взаимодействия с различными группами общества.

Инструмент	Характеристика	Преимущества	Недостатки
Работа со СМИ (пресс-релизы, интервью, пресс-конференции и т. д.)	Взаимодействие с журналистами для размещения информации о компании, продуктах, событиях	Широкий охват аудитории. Повышение узнаваемости. Независимое экспертное мнение	Сложность контроля посыла. Высокая конкуренция за внимание СМИ. Риск негативных публикаций
Специальные мероприятия (презентации, выставки,	Организация ярких событий для привлечения целевых клиентов	Прямое вовлечение. Возможность презентовать	Высокие затраты. Организационная сложность.

конференции, фестивали)		продукты/услуги. Налаживание личных контактов	Ограниченный охват
Публикации и контент (статьи, кейсы, брошюры, корпоративные СМИ)	Создание информационных материалов для распространения через различные каналы	Полный контроль над содержанием. Доступность для целевых аудиторий. Эффект экспертности	Сложность привлечения. Возможный низкий интерес потребителей. Высокие затраты на печатную продукцию
Онлайн-цифровизация (сайт, социальные сети, онлайн-презентации, вебинары)	Использование интернет-пространства и новых медиа для коммуникаций	Широкий охват. Интерактивность. Относительно низкие затраты. Возможность таргетинга	Высокая конкуренция. Необходимость постоянного обновления контента. Риски негатива в соцсетях
Брендинг и визуальные материалы (логотипы, видео, инфографика, мерч)	Создание узнаваемого фирменного стиля и визуальных активов для усиления имиджа	Запоминаемость . Эмоциональная связь с брендом. Повышение лояльности	Высокие затраты на разработку. Необходимость регулярного обновления. Возможные проблемы с авторскими правами
Аналитика и мониторинг (анализ СМИ, опросы, оценка эффективности)	Сбор и анализ данных для принятия решений в области PR	Объективная информация. Возможность корректировки стратегии. Оценка итогов	Трудоемкость процесса. Высокие затраты на исследования. Сложность интерпретации данных
Личное продвижение (выступления,	Представление компании через публичных	Высокая степень доверия. Прямой	Риск потери контроля над посылом.

работа с лидерами мнений, профассоциации)	спикеров и влиятельных личностей	контакт с потенциальными заказчиками и клиентами. Формирование экспертного образа	Сложность привлечения топ-спикеров. Высокие гонорары лидеров мнений
Отношения с учреждениями и НКО (взаимодействие с госорганами, лоббирование, партнерство с НКО)	Выстраивание взаимодействия с государственными структурами и некоммерческим сектором	Формирование репутации социально-ответственной компании. Налаживание сфер влияния на высоком уровне. Расширение сфер влияния	Высокие репутационные риски. Бюрократические сложности. Возможные финансовые затраты

Важно понимать преимущества и ограничения каждого инструмента, чтобы грамотно их комбинировать в рамках общей PR-деятельности с учетом специфики, сегмента потребителей и ресурсов компании.

Этапы построения успешной PR-кампании

На каждом этапе построения пиар-программы важно четко осознавать конечный результат, которого должен добиться маркетолог.

1. Анализ ситуации. Вначале проводится комплексное исследование текущего положения компании, ее позиций на рынке, конкурентной среды, общественного мнения и других факторов. Анализируются сильные и слабые стороны, возможности и угрозы. Изучается целевая аудитория, ее потребности, каналы коммуникации. Для этого используются следующие аналитические методы сбора и обработки сведений:

- мониторинг СМИ;
- анализ присутствия в социальных сетях;
- глубинные интервью;
- фокус-группы для получения качественных данных о потенциальных клиентах.

2. Постановка целей и задач. На основе проведенного анализа создаются четкие планы предстоящих PR-мероприятий. Они должны быть конкретными, измеримыми и достижимыми. Например, повысить узнаваемость бренда, улучшить репутацию, вывести новый продукт на рынок и т. д. Здесь используются стратегические элементы планирования, такие как SMART-анализ, дерево целей, определение KPI.

3. Разработка стратегии. Этот этап подразумевает детальную проработку общей стратегии и тактических шагов маркетолога. Разработка комплекса PR включает медиапланирование, определение каналов и тактик коммуникации. Проводится сегментация потребителей, формируются ключевые сообщения, подбираются релевантные способы: от работы со СМИ до организации знаковых событий и развития соцсетей. Графически стратегия отражается в Roadmap компании.

4. Реализация кампании. На данном этапе воплощаются все запланированные активности: рассылка пресс-релизов, проведение пресс-конференций, организация BTL-активностей,

создание фото и видеоконтента, обновление страницы компании в интернете, а также производство полиграфической и сувенирной продукции. Важно обеспечить координацию всех участников, отслеживать текущие показатели и оперативно реагировать на любые изменения.

5. Подведение итогов. По завершении проводится анализ достигнутых результатов на основе заранее определенных метрик и KPI:

- вовлеченность пользователей (охват публикаций, посещаемость мероприятий и т. п.);
- данные мониторинга СМИ;
- статистика сайта;
- показатели продаж и узнаваемости.

Оцениваются уровень и эффективность использованных методов и каналов, возвраты на инвестиции. Делаются выводы для улучшения будущих мероприятий.

Ключевые показатели эффективности пиар-деятельности

Оценка результативности любой PR-кампании требует применения специализированных метрик и ключевых показателей эффективности (KPI).

В таблице представлены наиболее распространенные KPI, используемые для измерения успешности пиар-активностей. Их детальное рассмотрение поможет лучше понять специфику каждого показателя, принципы расчета, а также достоинства и ограничения применения в контексте оценки PR-кампаний.

KPI	Определение	Способ расчета	Средние показатели эффективности	Преимущества	Ограничения
Охват аудитории	Количество людей, получивших информацию о компании/бренде через различные каналы	Суммирование охватов по каждому каналу (СМИ, соцсети и др.)	Зависит от масштаба, отрасли и каналов	Наглядно демонстрирует масштаб и широту распространения информации	Не отражает качество контактов и вовлеченность аудитории
Вовлеченность аудитории	Степень интереса и активности целевой аудитории к контенту и активностям компании	Совокупность показателей по социальным сетям (лайки, репосты и т. д.), количество участнико	Высокая вовлеченность находится в пределах 5–10 %, посещаемость сайта — 10–20 %, заполняемость мероприятий — 70–90 %	Демонстрирует эффективность контента и его соответствие интересам ЦА	Сложность единого расчета, необходимость оценки каждого канала отдельно

		в офлайн-мероприятий, скачиваний контента и др.			
Имидж и репутация	Совокупность представлений о компании/бренде в глазах общественности	Качественный и тональный анализ упоминаний в СМИ, итоги репутационных опросов и исследований	Высокий уровень: 80 % позитивных/нейтральных упоминаний, рост лояльности ЦА на 15–25 %	Наиболее важный стратегический показатель для PR	Трудоемкость мониторинга и субъективность оценки
Продажи и лиды	Количество потенциальных клиентов и фактических продаж через каналы PR	Подсчет лидов из каналов PR через CRM, анализ динамики продаж при запуске	Зависит от отрасли. В B2C — рост продаж на 10–30 %. В B2B — десятки новых качественных лидов	Прямая коммерческая отдача от PR	Сложность отделить влияние PR от других маркетинговых активностей
Возврат инвестиций (ROI)	Соотношение между доходами от пиар и понесенными затратами	ROI = (Доход - Затраты) / Затраты х 100 %	Эффективный уровень: от 200 % и выше	Четкий финансовый показатель эффективности PR	Проблематичность точного определения доходов только от PR
Достижение целей	Степень выполнения стратегических и тактических	Сравнение фактических и	Эффективная кампания: 80–100 % поставленных	Дает комплексную оценку	Сложность в определении весов различных категорий

	целей	плановых показателей по всем ключевым направлениям	целей достигнуто	успешности	

Приведенные средние значения дают ориентиры для интерпретации полученных итогов. Однако следует учитывать, что эти цифры могут варьироваться в зависимости от специфики отрасли, размера бренда, каналов коммуникации и других факторов.

Для получения достоверной и всесторонней оценки PR рекомендуется использовать комплексный подход, анализирующий совокупность различных KPI. Это позволит не только определить непосредственную эффективность отдельных активностей, но и оценить их стратегический вклад в достижение общих итогов компании.

Тема лекционного занятия:
Раздел 2. Инструменты интегрированных коммуникаций
Тема 2.4. Инструменты цифровых коммуникаций, прямого маркетинга и личных продаж
Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о инструментах цифровых коммуникаций, прямого маркетинга и личных продаж.
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Цифровой маркетинг или digital-маркетинг — это комплекс действий, направленных на продвижение товаров или услуг определенного бизнеса с применением цифровых инструментов, приложений и сервисов. Задачами диджитал-маркетинга могут быть: повышение узнаваемости бренда, увеличение лояльности покупателей, информирование о товарах или услугах, и, в конечном счете — продажи. В зависимости от выбранной стратегии и экономических возможностей бизнеса для продвижения можно использовать различные инструменты: контекстную и таргетированную рекламу, SMM, e-mail-маркетинг и т.д. Каждый из этих инструментов может быть эффективен сам по себе. Но именно комплексный digital-маркетинг позволяет добиться лучшей эффективности и рационально использовать рекламные бюджеты.

Чем digital-маркетинг отличается от интернет-маркетинга

Интернет-маркетинг — более узкое понятие, поскольку он подразумевает использование только тех инструментов, для работы которых необходим интернет. Это контекстная и таргетированная реклама, e-mail-рассылки, SEO и SMM и т.д.

Диджитал-маркетинг использует все вышеперечисленное, но также и другие инструменты, в основе которых лежат цифровые принципы, но не обязателен выход в интернет. Например, реклама на цифровых табло в торговых центрах, на радио и телевидении, реклама при помощи QR-кодов. В узком смысле, задача этих инструментов — заинтересовать покупателей и перевести их в интернет-каналы: на сайты, сообщества в соцсетях, к лид-формам.

Особенности комплексного digital-маркетинга

Что означает комплексный диджитал-маркетинг для бизнеса? Это одновременное использование множества инструментов и цифровых каналов информации. Например, компания может заниматься SEO-продвижением сайта, e-mail-рассылками, ведением соцсетей и при этом запускать таргетированную и контекстную рекламу. А если проанализировать, сколько клиентов приносит каждый канал, то можно эффективнее использовать бюджеты и оптимизировать расходы.

Digital-marketing это:

Охваты. Чем больше каналов вы используете, тем больше аудитории сможете охватить своей рекламой. Соцсетями и поисковиками пользуются миллиарды человек, а значит — теоретически до всех них можно «достучаться».

Возможность аналитики. Вы будете получать мгновенные измеримые результаты по каждой рекламной активности. Конверсии рекламных объявлений, взаимодействия и клики, переходы на сайт — измерить можно сотни разных показателей. И использовать их в дальнейшей работе.

Обратная связь. Digital-маркетинг позволяет общаться с вашими клиентами при помощи чатов и чат-ботов, мессенджеров, электронных писем и звонков. И делать это очень быстро.

Автоматизация. Большинство процессов можно (и нужно) автоматизировать — начиная с закупки рекламы и заканчивая общением с клиентами. Это сэкономит время менеджеров, повысит точность многих операций и избавит от повторения рутинных действий.

Далеко не каждый бизнес «потянет» такую многопрофильную деятельность как финансово, так и по затратам рабочего времени сотрудников. Выход — работать комплексно, но сразу выбрать те инструменты, которые будут эффективны именно для вашего бизнеса. Как это сделать? Заказать комплексное продвижение в Webcom Group! Заполните форму на сайте на услугу комплексного продвижения бизнеса в интернете и наши менеджеры с вами свяжутся!

Каналы и инструменты digital-маркетинга

Для ведения комплексного digital-маркетинга нужно разбираться в том, какие возможности дает тот или иной инструмент. Ниже опишем инструменты, которые уже хорошо себя зарекомендовали и подойдут большинству бизнесов.

Поисковый маркетинг

Включает в себя SEO-продвижение сайта и рекламу в поисковых сервисах.

SEO-продвижение (от англ. search engine optimization — оптимизация под поисковые «движки») — один из самых эффективных способов продвижения сайта при игре «вдолгую». Эта деятельность включает в себя несколько уровней внутренней и внешней оптимизации сайта, среди которых техническая и контентная оптимизация, регулярная работа с семантикой, закупка внешних ссылок и т.д.

Под рекламой в поисковых сервисах понимают прежде всего контекстную рекламу. Самые известные поисковые системы — Google и Яндекс. У каждой из них есть свой рекламный сервис, в котором можно создавать, настраивать и запускать рекламные объявления в нескольких форматах. Суть продвижения заключается в том, что показываться эти объявления будут только той аудитории, которая ищет в поисковиках вашу (или похожую на вашу) продукцию, вводя соответствующие поисковые запросы.

Контент-маркетинг

Считается одним из основных инструментов комплексного digital-маркетинга, потому что под определение «контент» можно подвести что угодно — и статьи в блоге корпоративного сайта, и видео на YouTube-канале вашей компании и креативы в рекламных объявлениях.

Основными каналами контент-маркетинга принято считать «трех китов»: сайт, социальные сети и почтовые рассылки.

Сайт. Наполняя его контентом, вы получаете возможность привлекать трафик из поисковиков (для этого требуется SEO-оптимизация контента) и социальных сетей (рекламируя в них интересные материалы).

Инструменты digital-маркетинга

Социальные сети. Развитые сообщества в соцсетях выполняют две основные функции: вовлекают (прогревают) аудиторию и переводят ее на ваш сайт, создавая трафик.

Использование инструментов диджитал-маркетинга

Почтовые рассылки. Имея собственную базу электронных адресов и хорошего копирайтера, можно делать эффективные рассылки, которые будут информировать клиентов о

новых акциях и поступлениях товара, переводить их на сайт или «конвертировать» в подписчиков аккаунтов соцсетей.

Качество контента играет определяющую роль для его эффективности. Создавая контент вы должны хорошо понимать, для чего вы это делаете (цель) и кто будет этот контент потреблять (аудитория). То есть, вы должны прекрасно знать свою целевую аудиторию и оправдывать ее ожидания. Речь идет о ведении сообщества в соцсетях? Там хорошо «зайдет» информационный, развлекательный и вовлекающий контент. Нужно повысить лояльность к бренду и продемонстрировать профессиональные качества компании? Тогда идеальным вариантом окажутся экспертные статьи в блог или видеообзоры продуктов на YouTube. И так далее. Целей, как и форматов контента могут быть десятки, но выбирать нужно те, которые востребованы вашей целевкой и приносят результат (получение лидов, рост лояльности, продажи).

Интернет-реклама

Как бы вы ни старались продвигать бизнес при помощи бесплатных инструментов комплексного диджитал-маркетинга, без платной рекламы почти невозможно обойтись. Почему так?

Чем больше вы платите — тем больший охват получают ваши рекламные объявления и тем больше людей их видят. Связь между бюджетом и охватами — почти линейная.

Внутренние алгоритмы сети задают лимит на определенные «бесплатные» действия. Даже если вы захотите поделиться ссылкой на сайт со своими друзьями — после пары десятков отправленных сообщений сайт, скорее всего, попадет в бан.

Быстрый эффект. Даже имея «нулевой» аккаунт вы можете запустить рекламу и начать получать первых лидов уже через несколько часов. Чтобы добиться такого же эффекта бесплатными методами — придется потратить много сил и времени (например, «вырастить» лояльное сообщество в соцсетях).

Два основных вида интернет-рекламы в диджитал-маркетинге — таргетированная и контекстная.

Таргетированная реклама — преимущественно реклама в социальных сетях. Вы заводите «местный» рекламный кабинет, пополняете баланс и начинаете запускать рекламу на посетителей соцсетей. Преимущество таргетированной рекламы в том, что вы получаете возможность точно «нацелиться» на вашу аудиторию, указывая в настройках объявлений интересующие вас критерии: пол, возраст, географию, хобби и т.д. Таким образом, ваше рекламное объявление будет показано только тем людям, которые соответствуют настройкам.

Контекстная реклама направлена на аудиторию поисковых сервисов, и, как и следует из ее названия, учитывает контекст поисковых запросов людей. Например, житель столицы собирается приобрести холодильник и вбивает «купить холодильник в Минске». Если вы в это время откручиваете рекламу по продаже холодильников с доставкой по Минску — вуаля! Вы нашли друг друга. Сервис покажет этому пользователю ваше объявление, и, если оно его заинтересует, он оставит заявку или позвонит.

Еще одним типом интернет-рекламы принято считать так называемую «нативную» рекламу. Это контент, который адаптирован под размещение на конкретной площадке или в канале с учетом их специфики и предпочтений аудитории. Например, вы договариваетесь с YouTube-техноблогером о размещении своего ролика с описанием преимуществ нового гаджета. Ютубер придумывает креативную подачу этой информации так, чтобы не вызвать у аудитории отторжение и экологично описать вашу продукцию. Такой вид рекламы будет называться «интеграцией».

Другая разновидность «нативки» — публикации в СМИ и медиа. Здесь действует такая же схема: вы договариваетесь с владельцами о платном размещении, а они — адаптируют ваш контент под интересы и предпочтения посетителей площадки. Правилом хорошего тона считается помечать такие материалы отметкой «На правах рекламы», «Спецпроект» или «Партнерский материал».

Мобильный маркетинг

Под мобильным маркетингом понимают рекламу, распространяемую в мобильных версиях: приложений, сайтов, социальных сетей, сервисов, видеохостингах и т.д. Отличительной особенностью этого типа рекламы является «потребление» рекламы пользователями с их мобильных гаджетов — смартфонов и планшетов. Преимуществом этого вида рекламы считается возможность настроиться не только на стандартные параметры целевой аудитории, но и сегментировать ее по типу устройств, с которых они выходят в интернет. Например, вы можете нацелить рекламу только на обладателей iPhone и продвигать на них свое собственное приложение из AppStore.

Рекламные кампании для мобильных устройств можно запускать как из стандартных рекламных сервисов Google и Яндекс (в них существуют специальные мобильные форматы объявлений), так и договорившись с обладателями интересующих вас приложений напрямую.

Одной из разновидностей мобильной рекламы считается реклама через SMS, push-уведомления или мессенджеры.

Видеореклама

В цифровом маркетинге это разновидность рекламы в формате видео. Такую рекламу можно запускать практически на всех плейсментах:

- В контекстно-медийной сети Google и Рекламной сети Яндекс, а также — на сайтах/в приложениях их партнеров, входящих в списки партнерских сетей.
- В социальных сетях.
- На видеохостингах. Самым популярным считается YouTube: только в Беларуси контент этой площадки регулярно просматривают свыше 3 млн. пользователей.
- В онлайн-кинотеатрах.
- На страницах тематических веб-порталов (например — на сайтах, посвященных обзорам фильмов и сериалов).
- В тематических приложениях и сервисах.

Прямой маркетинг (англ. direct marketing) — это вид продвижения, который предполагает передачу информации о продукте, услуге или компании непосредственно клиенту. Таким образом, всю рекламную информацию целевая аудитория получает без посредников и третьих лиц.

К стратегиям прямого маркетинга относятся email рассылки, печатная и онлайн-реклама, маркетинг на основе баз данных, наружная реклама, SMS, телефонные звонки и прочее. В то время, как другие рекламные методы направлены на информирование потенциальных клиентов об услугах или продуктах бренда, прямой маркетинг нацелен исключительно на мотивацию получателя к принятию решений. Такой подход помогает достичь результатов благодаря использованию CTA, которые побуждают клиентов действовать.

Примеры CTA в прямом маркетинге:

Успех стратегий прямого маркетинга измеряют путем отслеживания достижения целей. Обратите внимание, прямой маркетинг будет более эффективен, если использовать сегментацию. Кроме того, для достижения успеха важен выбор подходящего канала коммуникации.

Сегодня большинство компаний, которые используют прямой маркетинг, избегают навязчивости и нецелевой рекламы. Поэтому, для продвижения продуктов они применяют такие сервисы как SendPulse. Увеличить эффективность кампаний помогают инструменты email маркетинга, SMS и web push уведомлений.

Почему прямой маркетинг важен

Ускоряет процесс привлечения потенциальных клиентов

Способствует эффективному продвижению услуг и продуктов

Позволяет отправлять персонализированный контент

Прост в оценивании эффективности

Прямой маркетинг важен для брендов по ряду причин. Основные из них мы привели ниже.

Ускоряет процесс привлечения потенциальных клиентов. Кампании прямого маркетинга позволяют быстро связаться с целевой аудиторией и сделать правильное предложение в нужное время.

Способствует эффективному продвижению услуг и продуктов. В отличие от других стратегий, прямой маркетинг позволяет создавать целевые кампании для привлечения исключительно заинтересованных лидов. Это обеспечивает максимальную эффективность при отправке промо-рассылок сегментированной аудитории.

Позволяет отправлять персонализированный контент. Маркетологи собирают такую информацию как возраст, доходы, поведенческие факторы, чтобы отправлять персонализированные сообщения. Таким образом, при минимальных усилиях бренды проявляют заинтересованность в каждом клиенте.

Прост в оценивании эффективности. Бренды отслеживают успех кампаний на основании таких показателей как количество клиентов, откликнувшихся на рекламу, полученный доход и ROI. Более того, прямой маркетинг позволяет узнать, сколько клиенты готовы потратить на определенные продукты или услуги.
Основная задача персональной продажи — продать товар потенциальному покупателю. При этом успех сделки зависит от выполнения дополнительных задач:

Сформировать личный контакт с потребителями. Здесь важно создать положительную коммуникацию и завоевать доверие покупателя.

Проинформировать о продукте или услуге. Продавец должен максимально подробно рассказать о товаре, провести презентацию или продемонстрировать функции.

Отработать возражения. Нужно развеять сомнения покупателя, ответить на возникающие вопросы, разъяснить непонятные моменты. Положительным результатом должно стать заключение сделки.

Формы личных продаж

Один продавец — один покупатель. Это консультации в магазине розничной торговли, в офисе, с выездом к клиенту, в общении по телефону, email или в мессенджере.

Один продавец — группа покупателей. Это демонстрация товара в торговых точках, промомероприятия и презентации.

Команда продавцов — группа представителей покупателя. Чаще всего это B2B-сделки на приобретение дорогостоящих товаров и услуг.

Виды личных продаж

Исходя из характера коммуникации, выделяют следующие виды личных продаж.

Ответная. Покупатель обращается к продавцу, который выступает как приёмщик заказа. От продавца требуется лишь быстрая обработка запроса, его воздействие на покупателя минимально. При этом личное поведение и вежливость продавца в сочетании с качественным обслуживанием положительно влияет на результат сделки. Такие пассивные персональные продажи характерны для розничной торговли, например в супермаркетах и небольших магазинах.

Можно купить хлеб где угодно, но если вам приятно общаться с продавцом в пекарне рядом с домом, вы с высокой вероятностью будете ходить именно туда

Миссионерская. Продавец — инициатор заказа. Он сам идёт к покупателю. От продавца требуется найти лиц, которые могут повлиять на покупателей и помочь с продажей. Примером может быть взаимодействие представителей фармацевтических компаний с врачами — агент презентует препарат доктору, который впоследствии рекомендует его своим пациентам.

Созидательная. Продавцы — создатели заказов — стараются найти новых клиентов и организовать сделки. Они убеждают покупателей в наличии неудовлетворённой потребности и в возможности ее решения с помощью конкретного товара. Такие активные продажи часто применяют при выводе на рынок нового продукта и в сфере B2B.

Незадолго до новогодних праздников в офисы обязательно звонят менеджеры типографий и предлагают изготовить корпоративные сувениры. Это созидательная продажа по телефону

Обслуживающая. Продавцы — мерчендайзеры — поддерживают сбыт в сфере розничной и оптовой торговли. Они принимают заказы, доставляют товары, дают рекомендации по размещению товаров в торговой точке, контролируют запасы. Пример — работа торговых агентов с представителями торговых сетей.

Обслуживающая продажа

Если мы говорим про мерчендайзинг, то я бы сказала, что это не рекомендации по размещению товаров, а фактически требования. Например, если в магазине устанавливают оборудование определенной фирмы, то будет очень чётко прописано, на какие полки можно ставить продукцию конкурентов и как должна выглядеть планограмма. В противном случае магазин лишат бонусов и выплат.

Кроме того, в небольших магазинах мерчендайзеры также проводят презентацию продуктов.

Консультативная. Продавцы этого типа — продавцы-консультанты — предлагают решить проблемы клиента и установить долговременные взаимовыгодные отношения. Они выявляют индивидуальные потребности, предлагают системное решение и сервисное послепродажное обслуживание. Часто консультативные персональные продажи используют при работе с корпоративными клиентами.

Яркий пример — продажа сложных программных решений. Функционал и стоимость продукта полностью зависят от потребностей и бюджета клиента

Техники личной продажи

Существуют разные методы личной продажи. Более того, у каждого продавца может быть свой особый подход, разработанный на основе практики.

Все техники личной продажи можно поделить на пять типов:

Стимулирование отклика

Основой становится метод продолжающегося подтверждения. Продавец раз за разом старается получить от покупателя ответ «да» до тех пор, пока он не согласится с торговым предложением.

Пример: такой подход часто применяют продавцы разных БАДов. Сначала они задают вопросы — «Вы хотите иметь стройную фигуру?», «Хотите сделать это без лишних физических усилий?», «Хотите постройнеть без вреда для здоровья?». После получения утвердительных ответов следует предложение — «Вот он наш препарат, который соответствует всем вашим желаниям».

Управление психологическим состоянием

В этом методе продавец старается провести покупателя через определённую последовательность психологических состояний. Задачей продавца становится вызвать нужные эмоции с помощью правильно выстроенной презентации.

Пример: использование техники AIDA (Attention — внимание, Interest — интерес, Desire — желание, Action — действие). Продавец сначала привлекает внимание покупателя, затем старается вызвать интерес к товару, формирует желание покупки и, наконец, подводит к действию, то есть к совершению сделки.

Удовлетворение потребностей

Действия продавца основаны на тезисе, что клиент совершает покупку для удовлетворения собственной потребности, поэтому необходимо выяснить, какова же эта потребность. Если продавец сделает верные выводы, он сможет сформулировать предложение, которое точно удовлетворит покупателя.

Пример: при таком подходе к личным продажам часто используют разные опросные методики. Клиенту последовательно задают вопросы, которые помогают определить его реальные потребности. Самые известные техники — ADAPTA и SPIN.

Решение проблемы

Эти техники личной продажи помогают выявить проблему, которая есть у клиента. Продавец должен определить ее и предложить подходящее решение. Решения предлагают до тех пор, пока не будет найден обоюдовыгодный вариант и сделка не свершится.

Пример: реализация сложного программного обеспечения. Продавец изучает проблему покупателя и рассказывает, каким образом предлагаемое ПО поможет. Затем он предлагает разные варианты внедрения обеспечения, пока не будет найдено подходящее решение.

Консультационная поддержка

Здесь продавец выступает экспертом, который помогает покупателю сделать выбор. Важно очень глубоко знать товар, разбираться в его особенностях и отличиях от аналогов.

Пример: работа консультанта в магазине компьютерной техники. Продавец помогает покупателю сделать выбор, соответствующий определённым целям. Он рассказывает про характеристики разных ноутбуков, сравнивает их, описывает недостатки и преимущества.

Этапы личных продаж

Персональные продажи состоят из нескольких последовательных шагов:

Поиск и оценка потенциальных клиентов.

Подготовка к контакту и сбор необходимой информации.

Установление контакта и выявление потребностей покупателя.

Проведение презентации и демонстрации товара или услуги.

Отработка возражений клиента и устранение препятствий.

Заключение сделки купли-продажи.

Сопровождение и поддержка сделки.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Тема занятия:

Раздел 1. Концептуальные основы интегрированных коммуникаций

Тема 1.1. Определение и сущность интегрированных коммуникаций

Тема 1.2. Стратегия и принципы построения интегрированных коммуникаций

Тема 1.3. Функции интегрированных коммуникаций

Тема 1.4. Модели интегрированных коммуникаций

Формы практических заданий: реферат, контрольная работа

Темы рефератов:

1. Определение и эволюция интегрированных маркетинговых коммуникаций (IMC).
2. Стратегические подходы к построению IMC на современном рынке.
3. Роль IMC в повышении эффективности брендинга и поддержания бренда.
4. Анализ моделей интегрированных коммуникаций: от традиционных к современным методам.
5. Функции IMC в управлении репутацией компании: кейсы успешных компаний.
6. Трансформация медиа-ландшафта и влияние на стратегию IMC в XXI веке.
7. Использование цифровых технологий для повышения эффективности интегрированных коммуникаций.
8. Сравнительный анализ подходов к IMC в различных отраслях промышленности: примеры и выводы.
9. Влияние культурных различий на формирование стратегии интернациональных интегрированных коммуникаций (IIMC).

10. Оценка эффективности кампаний с использованием инструментов IMC: метрики и методы анализа данных.
11. Взаимодействие традиционных и новых медиа в рамках концепции IMC: вызовы и возможности.
12. Этические аспекты использования данных потребителей для персонализации сообщений внутри стратегии IMC.
13. Роль общественных связей (PR) как неотъемлемой части стратегии ИМК: историческая перспектива до наших дней.
14. Кросс-канальные кампании, основанные на принципах ИМК – как добиться синергии действий?
15. Практические примеры успешных кейсов из разных стран мира по созданию устойчивого конкурентного преимущества благодаря применению комплексного подхода ко всем видам взаимодействия с клиентами/потребителями продукции или услуг компании-заказчика проекта/исследования данной проблематики

Вопросы к контрольной работе:

1. Определение и роль интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК) в современном бизнесе.
2. Основные компоненты и элементы ИМК.
3. Стратегии разработки эффективных ИМК: примеры успешных кампаний.
4. Преимущества и недостатки применения ИМК на практике.
5. Использование цифровых платформ в рамках ИМК: тенденции и перспективы развития.
6. Координация рекламных, PR-кампаний и событийного маркетинга в рамках ИМК стратегии.
7. Роль социальных медиа в построении бренда через интегрированные коммуникации: кейсы и анализ эффективности.
8. Методы оценки эффективности интегрированных коммуникационных кампаний.
9. Значение брендинга в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
10. Принципы ИМК
11. Модели ИМК

Тема занятия:

Раздел 2. Инструменты интегрированных коммуникаций

Тема 2.1. Инструменты ATL

Тема 2.2. Инструменты BTL

Тема 2.3. Инструменты PR

Тема 2.4. Инструменты цифровых коммуникаций, прямого маркетинга и личных продаж

Формы практических заданий: реферат, контрольная работа

Темы рефератов:

1. _Разработка и реализация ATL-кампаний в современных условиях
2. _Эволюция BTL-инструментов и их роль в маркетинговых стратегиях
3. _PR как инструмент управления общественным мнением: кейсы успешных кампаний
4. _Цифровые коммуникации: влияние социальных медиа на потребительское поведение
5. _Прямой маркетинг: новые тренды и подходы к взаимодействию с клиентами
6. _Личные продажи как эффективный инструмент продвижения на B2B-рынке
7. _Роль интегрированных коммуникаций в формировании бренда компании

8. _Анализ эффективности рекламных кампаний с использованием ATL-инструментов
9. _BTL-маркетинг: секреты успеха малобюджетных акций и мероприятий
10. Влияние PR-технологий на репутацию компании в условиях кризиса
11. Интеграция цифровых каналов в традиционные коммуникационные стратегии
12. Кросс-канальное взаимодействие как основа успешного прямого маркетинга
13. Особенности организации личных продаж в условиях глобализации рынка
14. Влияние новых технологий на развитие инструментов PR
15. Кейсы успешной интеграции цифровых коммуникаций и личных продаж

Вопросы к контрольной работе:

1. Обзор интегрированных коммуникаций: основные понятия и принципы.
2. ATL инструменты: ключевые характеристики и примеры.
3. Создание эффективных рекламных кампаний с использованием ATL инструментов.
4. BTL инструменты: стратегии и тактики.
5. Организация мероприятий как элемент BTL коммуникаций.
6. Роль PR в интегрированных коммуникациях: задачи и методы.
7. Управление репутацией через PR-инструменты.
8. Современные тенденции в развитии цифровых коммуникаций.
9. Использование социальных медиа в маркетинговых кампаниях.
10. Прямой маркетинг: подходы и эффективность взаимодействия с клиентами.
11. Личные продажи: техники общения и взаимодействие с клиентом.
12. Влияние новых технологий на инструменты интегрированных коммуникаций.

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	**Вид самостоятельной работы**
Модуль 1 (Семестр 2)	
Раздел 1. Концептуальные основы интегрированных коммуникаций	Подготовка реферата
	Подготовка к контрольной работе
Модуль 2 (Семестр 3)	
Раздел 2. Инструменты интегрированных коммуникаций	Подготовка реферата
	Подготовка к контрольной работе

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень тем рефератов к Разделу 1:

1. Определение и эволюция интегрированных маркетинговых коммуникаций (IMC).
2. Стратегические подходы к построению IMC на современном рынке.
3. Роль IMC в повышении эффективности брендинга и поддержания бренда.
4. Анализ моделей интегрированных коммуникаций: от традиционных к современным методам.
5. Функции IMC в управлении репутацией компании: кейсы успешных компаний.
6. Трансформация медиа-ландшафта и влияние на стратегию IMC в XXI веке.
7. Использование цифровых технологий для повышения эффективности интегрированных коммуникаций.
8. Сравнительный анализ подходов к IMC в различных отраслях промышленности: примеры и выводы.

9. Влияние культурных различий на формирование стратегии интернациональных интегрированных коммуникаций (IIMC).
10. Оценка эффективности кампаний с использованием инструментов IMC: метрики и методы анализа данных.
11. Взаимодействие традиционных и новых медиа в рамках концепции IMC: вызовы и возможности.
12. Этические аспекты использования данных потребителей для персонализации сообщений внутри стратегии IMC.
13. Роль общественных связей (PR) как неотъемлемой части стратегии ИМК: историческая перспектива до наших дней.
14. Кросс-канальные кампании, основанные на принципах ИМК – как добиться синергии действий?
15. Практические примеры успешных кейсов из разных стран мира по созданию устойчивого конкурентного преимущества благодаря применению комплексного подхода ко всем видам взаимодействия с клиентами/потребителями продукции или услуг компании-заказчика проекта/исследования данной проблематики

Вопросы к контрольной работе к Разделу 1:

1. Определение и роль интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК) в современном бизнесе.
2. Основные компоненты и элементы ИМК.
3. Стратегии разработки эффективных ИМК: примеры успешных кампаний.
4. Преимущества и недостатки применения ИМК на практике.
5. Использование цифровых платформ в рамках ИМК: тенденции и перспективы развития.
6. Координация рекламных, PR-кампаний и событийного маркетинга в рамках ИМК стратегии.
7. Роль социальных медиа в построении бренда через интегрированные коммуникации: кейсы и анализ эффективности.
8. Методы оценки эффективности интегрированных коммуникационных кампаний.
9. Значение брендинга в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
10. Принципы ИМК
11. Модели ИМК

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень тем рефератов к Разделу 2:

1. Разработка и реализация ATL-кампаний в современных условиях
2. Эволюция BTL-инструментов и их роль в маркетинговых стратегиях
3. PR как инструмент управления общественным мнением: кейсы успешных кампаний
4. Цифровые коммуникации: влияние социальных медиа на потребительское поведение
5. Прямой маркетинг: новые тренды и подходы к взаимодействию с клиентами
6. Личные продажи как эффективный инструмент продвижения на B2B-рынке
7. Роль интегрированных коммуникаций в формировании бренда компании
8. Анализ эффективности рекламных кампаний с использованием ATL-инструментов
9. BTL-маркетинг: секреты успеха малобюджетных акций и мероприятий
10. Влияние PR-технологий на репутацию компании в условиях кризиса
11. Интеграция цифровых каналов в традиционные коммуникационные стратегии
12. Кросс-канальное взаимодействие как основа успешного прямого маркетинга

13. Особенности организации личных продаж в условиях глобализации рынка
14. Влияние новых технологий на развитие инструментов PR
15. Кейсы успешной интеграции цифровых коммуникаций и личных продаж

Вопросы к контрольной работе по Разделу 2:

1. Обзор интегрированных коммуникаций: основные понятия и принципы.
2. ATL инструменты: ключевые характеристики и примеры.
3. Создание эффективных рекламных кампаний с использованием ATL инструментов.
4. BTL инструменты: стратегии и тактики.
5. Организация мероприятий как элемент BTL коммуникаций.
6. Роль PR в интегрированных коммуникациях: задачи и методы.
7. Управление репутацией через PR-инструменты.
8. Современные тенденции в развитии цифровых коммуникаций.
9. Использование социальных медиа в маркетинговых кампаниях.
10. Прямой маркетинг: подходы и эффективность взаимодействия с клиентами.
11. Личные продажи: техники общения и взаимодействие с клиентом.
1. Влияние новых технологий на инструменты интегрированных коммуникаций.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

СОВРЕМЕННОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.02 Журналистика

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Журналистика»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;

5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов.
Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы информационного общества
Тема 1.1. Понятие и этапы становления информационного общества.
Перечень изучаемых элементов содержания

Определение информационного общества: ключевые характеристики и признаки. Исторические этапы становления информационного общества: от аграрного и индустриального к постиндустриальному этапу. Теоретические подходы к изучению информационного общества: концепции Д. Белла, М. Кастельса, Й. Масуды. Роль информационных технологий в формировании современного общества.

Текст лекции.

тапом стало индустриальное общество, в котором главную роль играло промышленное производство, а энергия и машины стали основой экономики. Переход к информационному обществу начался во второй половине XX века, когда развитие компьютерных технологий, интернета и средств связи привело к постиндустриальной экономике, где информация и знания стали основным ресурсом.

Теоретическое осмысление информационного общества представлено в работах таких учёных, как Дэниел Белл, Мануэль Кастельс и Йонедзи Масуда. Д. Белл в своей концепции постиндустриального общества выделил переход от производства товаров к производству услуг и информации. М. Кастельс ввёл понятие «сетевого общества», подчеркнув роль информационных сетей в формировании новой социальной структуры. Й. Масуда акцентировал внимание на том, что информационное общество основано на знаниях и технологиях, которые становятся основой для создания новых ценностей и улучшения качества жизни.

Роль информационных технологий в формировании современного общества невозможно переоценить. Они не только изменили способы производства и обмена информацией, но и повлияли на социальные отношения, культуру и политику. Цифровые технологии, такие как интернет, мобильная связь, искусственный интеллект и большие данные, стали неотъемлемой частью повседневной жизни. Они способствуют глобализации, стирая географические границы и создавая новые возможности для коммуникации и сотрудничества. Однако вместе с этим возни-

кают и новые вызовы, такие как цифровое неравенство, проблемы конфиденциальности и информационной безопасности.

Таким образом, информационное общество представляет собой новый этап развития человечества, где информация и технологии играют ключевую роль. Его становление связано с глубокими изменениями в экономике, культуре и социальной структуре, а также с появлением новых возможностей и вызовов, которые требуют осмысления и адаптации.

Тема 1.2. Характеристики и признаки современного информационного общества

Перечень изучаемых элементов содержания.

Основные признаки информационного общества: информатизация, цифровизация, глобализация. Информация как ключевой ресурс: её производство, распространение и потребление. Роль знаний и инноваций в экономике информационного общества. Социальные и культурные изменения, вызванные развитием информационных технологий.

Текст лекции.

Современное информационное общество обладает рядом ключевых характеристик и признаков, которые отличают его от предыдущих этапов развития человечества. Одним из основных признаков является информатизация — процесс активного внедрения информационных технологий во все сферы жизни. Это проявляется в том, что информация становится не только ресурсом, но и продуктом, который создаётся, обрабатывается, хранится и распространяется с помощью цифровых технологий. Информатизация охватывает образование, науку, бизнес, государственное управление и даже повседневную жизнь, делая информацию доступной и легко передаваемой.

Ещё одной важной характеристикой является цифровизация — переход от аналоговых технологий к цифровым. Цифровизация затрагивает не только технические аспекты, но и социальные, экономические и культурные процессы. Например, цифровые технологии позволяют автоматизировать производство, создавать виртуальные платформы для общения и торговли, а также предоставлять услуги в режиме онлайн. Это приводит к повышению эффективности, но также ставит новые задачи, такие как обеспечение цифровой грамотности и преодоление цифрового неравенства.

Глобализация — ещё один ключевой признак информационного общества. Благодаря развитию интернета и средств связи, географические границы становятся менее значимыми. Люди, компании и государства могут взаимодействовать в реальном времени, независимо от их местоположения. Это способствует обмену знаниями, культурой и технологиями, но также создаёт конкуренцию и требует адаптации к новым условиям. Глобализация также усиливает взаимозависимость стран, что делает мировую экономику и политику более сложной и динамичной.

Важным признаком информационного общества является экономика знаний, где основным ресурсом становятся не материальные блага, а информация и интеллектуальный капитал. В такой экономике ценятся инновации, креативность и способность быстро адаптироваться к изменениям. Это приводит к появлению новых профессий, связанных с IT, аналитикой, дизайном и управлением данными, а также к трансформации традиционных отраслей.

Социальные изменения в информационном обществе также значительны. Цифровая коммуникация становится основным способом взаимодействия между людьми. Социальные сети, мессенджеры и видеозвонки заменяют традиционные формы общения, что влияет на культуру,

образование и даже личные отношения. Однако это также порождает такие проблемы, как информационная перегрузка, цифровая зависимость и снижение уровня приватности.

Культурные аспекты информационного общества также претерпевают изменения. Цифровая культура становится новой формой выражения, где создаются и распространяются мемы, виртуальное искусство, онлайн-литература и другие формы творчества. Это открывает новые возможности для самовыражения, но также ставит вопросы о сохранении традиционных культурных ценностей и авторских прав.

Наконец, важным признаком информационного общества является высокая скорость изменений. Технологии развиваются настолько быстро, что общество не всегда успевает адаптироваться к ним. Это требует от людей и организаций постоянного обучения, гибкости и готовности к переменам.

Таким образом, современное информационное общество характеризуется информатизацией, цифровизацией, глобализацией, экономикой знаний, цифровой коммуникацией, культурными изменениями и высокой скоростью технологического прогресса. Эти признаки формируют новую реальность, которая открывает огромные возможности, но также требует осмысления и решения новых вызовов.

РАЗДЕЛ 2. Технологические аспекты информационного общества

Тема 2.1. Роль цифровых технологий в трансформации общества. Перечень изучаемых элементов содержания

Основные цифровые технологии: интернет, мобильные технологии, облачные вычисления, большие данные. Влияние цифровых технологий на экономику: цифровая трансформация бизнеса, электронная коммерция, цифровые платформы. Социальные последствия цифровизации: изменение форм коммуникации, цифровая грамотность, новые профессии. Примеры технологических инноваций и их влияние на общество: искусственный интеллект, блокчейн, интернет вещей.

Текст лекции.

Цифровые технологии стали мощным катализатором трансформации современного общества, затрагивая практически все его аспекты — от экономики и образования до культуры и повседневной жизни. Их влияние настолько глубоко, что сегодня трудно представить себе область, которая не была бы затронута цифровизацией. Одной из ключевых сфер, где цифровые технологии играют решающую роль, является экономика. Цифровизация изменила способы производства, распределения и потребления товаров и услуг. Например, электронная коммерция позволяет компаниям выходить на глобальные рынки, а потребителям — получать товары и услуги в любое время и в любом месте. Цифровые платформы, такие как Amazon, Alibaba или Uber, стали новыми бизнес-моделями, которые трансформируют традиционные отрасли.

В производственной сфере цифровые технологии, такие как интернет вещей (IoT), искусственный интеллект (ИИ) и роботизация, позволяют автоматизировать процессы, повышать точность и снижать затраты. Например, на заводах умные датчики собирают данные в реальном времени, что помогает оптимизировать производство и предотвращать поломки. В сельском хозяйстве цифровые технологии используются для мониторинга состояния почвы и растений, что повышает урожайность и снижает использование ресурсов.

Образование — ещё одна сфера, где цифровые технологии играют важную роль. Онлайн-курсы, виртуальные классы и образовательные платформы, такие как Coursera или Khan Academy, делают знания доступными для людей по всему миру. Это особенно важно в условиях пандемий или других кризисов, когда традиционные формы обучения становятся недоступ-

ными. Однако цифровизация образования также ставит вопросы о качестве обучения, цифровом неравенстве и необходимости развития новых педагогических подходов.

В культуре цифровые технологии открывают новые возможности для творчества и распространения контента. Социальные сети, стриминговые платформы и цифровые галереи позволяют художникам, музыкантам и писателям находить свою аудиторию без посредников. Виртуальная и дополненная реальность создают новые формы искусства и развлечений, такие как интерактивные выставки или immersive-театр. Однако цифровизация культуры также вызывает вопросы о сохранении авторских прав и традиционных культурных ценностей.

Социальная сфера также трансформируется под влиянием цифровых технологий. Социальные сети и мессенджеры изменили способы общения, сделав его более быстрым и доступным. Однако это также привело к таким проблемам, как кибербуллинг, распространение фейковых новостей и цифровая зависимость. Цифровые технологии также влияют на политику, позволяя гражданам участвовать в обсуждении важных вопросов через онлайн-платформы, но одновременно создавая риски манипуляции общественным мнением.

В здравоохранении цифровые технологии, такие как телемедицина, электронные медицинские карты и диагностические системы на основе ИИ, улучшают доступ к медицинским услугам и повышают точность диагностики. Например, телемедицина позволяет пациентам из удалённых регионов получать консультации специалистов, а системы на основе ИИ помогают врачам анализировать большие объёмы данных для постановки диагноза.

Однако трансформация общества под влиянием цифровых технологий не обходится без вызовов. Цифровое неравенство остаётся серьёзной проблемой: не все люди и регионы имеют равный доступ к технологиям и интернету. Информационная безопасность становится критически важной, так как кибератаки и утечки данных могут нанести значительный ущерб. Этические вопросы, такие как использование ИИ для слежки или манипуляции, также требуют внимания и регулирования.

Таким образом, цифровые технологии играют ключевую роль в трансформации общества, открывая новые возможности и создавая новые вызовы. Их влияние на экономику, образование, культуру, социальную сферу и здравоохранение невозможно переоценить. Однако для того чтобы максимально использовать потенциал цифровых технологий, необходимо решать связанные с ними проблемы и обеспечивать их ответственное использование.

Тема 2.2. Информационная инфраструктура и её компоненты

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие информационной инфраструктуры: технические, программные и организационные компоненты. Роль телекоммуникационных сетей и центров обработки данных в информационном обществе. Национальные и глобальные информационные системы: их функции и значение. Проблемы развития информационной инфраструктуры: цифровое неравенство, доступность и устойчивость.

Текст лекции.

Информационная инфраструктура — это основа современного информационного общества, обеспечивающая создание, хранение, обработку и передачу данных. Она представляет собой сложную систему, включающую технические, программные и организационные компоненты, которые взаимодействуют между собой для поддержки цифровых процессов. Без развитой информационной инфраструктуры невозможно функционирование экономики, государственного управления, науки, образования и других сфер жизни.

Одним из ключевых компонентов информационной инфраструктуры являются телекоммуникационные сети. Это системы, которые обеспечивают передачу данных между устрой-

ствами и пользователями. К ним относятся проводные сети (например, оптоволоконные линии связи) и беспроводные сети (Wi-Fi, мобильная связь, спутниковая связь). Телекоммуникационные сети позволяют людям и организациям обмениваться информацией в реальном времени, независимо от их географического расположения. Благодаря им стали возможными интернет, видеозвонки, облачные технологии и многие другие сервисы.

Важным элементом информационной инфраструктуры являются центры обработки данных (ЦОД). Это специализированные объекты, где размещаются серверы, хранящие и обрабатывающие огромные объёмы данных. ЦОД обеспечивают надёжность, безопасность и доступность информации, что особенно важно для бизнеса, государственных учреждений и научных организаций. Современные ЦОД используют энергоэффективные технологии и системы охлаждения, чтобы минимизировать воздействие на окружающую среду.

Программное обеспечение — ещё один ключевой компонент информационной инфраструктуры. Оно включает операционные системы, базы данных, приложения и платформы, которые позволяют пользователям работать с информацией. Например, системы управления базами данных (СУБД) обеспечивают хранение и поиск данных, а облачные платформы, такие как Google Cloud или Microsoft Azure, предоставляют доступ к вычислительным ресурсам через интернет. Программное обеспечение также включает инструменты для анализа данных, такие как системы бизнес-аналитики (BI) и машинного обучения.

Интернет как глобальная сеть является важнейшей частью информационной инфраструктуры. Он объединяет миллиарды устройств по всему миру, обеспечивая доступ к информации, услугам и коммуникациям. Интернет стал основой для развития электронной коммерции, социальных сетей, онлайн-образования и многих других сфер. Однако его функционирование требует сложной инфраструктуры, включая маршрутизаторы, DNS-серверы и системы защиты от кибератак.

Кибербезопасность — это ещё один критически важный компонент информационной инфраструктуры. С ростом объёмов данных и числа подключённых устройств увеличиваются риски кибератак, утечек информации и других угроз. Для защиты данных используются такие технологии, как шифрование, антивирусное ПО, системы обнаружения вторжений и многофакторная аутентификация. Кибербезопасность также включает организационные меры, такие как обучение сотрудников и разработка политик безопасности.

Организационные компоненты информационной инфраструктуры включают стандарты, протоколы и нормативные акты, которые регулируют её функционирование. Например, стандарты передачи данных (такие как TCP/IP) обеспечивают совместимость между различными устройствами и сетями. Нормативные акты, такие как GDPR в Европе, регулируют обработку персональных данных и защиту прав пользователей.

Информационная инфраструктура также включает пользовательские устройства, такие как компьютеры, смартфоны, планшеты и IoT-устройства. Эти устройства являются конечными точками, через которые пользователи взаимодействуют с информационными системами. Их развитие, включая повышение производительности и энергоэффективности, играет важную роль в расширении возможностей информационной инфраструктуры.

Одной из современных тенденций в развитии информационной инфраструктуры является облачные технологии. Они позволяют организациям и частным пользователям хранить данные и использовать вычислительные ресурсы через интернет, не затрачивая средства на собственные серверы. Облачные технологии обеспечивают гибкость, масштабируемость и снижение затрат, что делает их особенно популярными в бизнесе и науке.

Однако развитие информационной инфраструктуры сталкивается с рядом вызовов. Цифровое неравенство остаётся серьёзной проблемой: не все регионы и социальные группы имеют равный доступ к технологиям. Энергопотребление ЦОД и других компонентов инфраструктуры требует поиска устойчивых решений. Киберугрозы становятся всё более изощрёнными, что требует постоянного совершенствования систем защиты.

Таким образом, информационная инфраструктура является основой современного общества, обеспечивая функционирование цифровых технологий и услуг. Её компоненты — телекоммуникационные сети, центры обработки данных, программное обеспечение, интернет, системы кибербезопасности и пользовательские устройства — взаимодействуют между собой, создавая сложную, но эффективную систему. Развитие информационной инфраструктуры открывает новые возможности, но также требует решения связанных с ней проблем.

РАЗДЕЛ 3. Социальные и культурные последствия цифровизации

Тема 3.1. Влияние информационных технологий на культуру и образование.

Перечень изучаемых элементов содержания

Цифровизация культуры: новые формы искусства, медиапотребления и творчества. Онлайн-образование: преимущества, вызовы и перспективы. Изменение роли традиционных институтов (библиотеки, музеи, университеты) в цифровую эпоху. Культурная глобализация и сохранение локальной идентичности в условиях цифровизации.

Текст лекции.

Информационные технологии оказывают profound влияние на культуру и образование, трансформируя традиционные подходы и создавая новые возможности для творчества, обучения и взаимодействия. В сфере образования цифровые технологии кардинально изменили способы передачи знаний и организации учебного процесса. Одним из наиболее заметных изменений стало распространение онлайн-образования. Платформы, такие как Coursera, edX и Khan Academy, предоставляют доступ к курсам ведущих университетов мира, делая образование более доступным и гибким. Это особенно важно для людей, живущих в удалённых регионах или имеющих ограниченные возможности для посещения традиционных учебных заведений.

Цифровые технологии также способствуют персонализации обучения. Системы на основе искусственного интеллекта анализируют успехи студентов и предлагают индивидуальные учебные планы, что позволяет учитывать особенности каждого учащегося. Например, адаптивные платформы, такие как Duolingo, меняют сложность заданий в зависимости от уровня подготовки пользователя. Это делает обучение более эффективным и мотивирующим.

Ещё одним важным аспектом является интерактивность. Виртуальные лаборатории, симуляторы и образовательные игры позволяют студентам получать практический опыт в безопасной и контролируемой среде. Например, медицинские студенты могут тренироваться на виртуальных пациентах, а инженеры — моделировать сложные системы. Это не только повышает качество обучения, но и снижает затраты на оборудование и материалы.

Однако цифровизация образования также ставит новые вызовы. Цифровое неравенство остаётся серьёзной проблемой: не все студенты имеют доступ к компьютерам и высокоскоростному интернету. Кроме того, переход на онлайн-обучение требует от преподавателей новых навыков, таких как создание цифрового контента и управление виртуальными классами. Также возникает вопрос о качестве онлайн-образования: как обеспечить глубокое понимание материала и предотвратить списывание?

В сфере культуры информационные технологии открывают новые возможности для творчества и распространения контента. Цифровое искусство становится всё более популярным, позволяя художникам экспериментировать с новыми формами и технологиями. Например,

цифровые картины, созданные с помощью графических планшетов, или интерактивные инсталляции, использующие виртуальную реальность, становятся частью современной культуры.

Социальные сети и стриминговые платформы изменили способы потребления культурного контента. Музыканты, писатели и художники могут напрямую взаимодействовать со своей аудиторией, минуя традиционных посредников. Это позволяет талантливым людям находить признание, но также создаёт конкуренцию и требует новых подходов к продвижению.

Цифровые технологии также способствуют сохранению культурного наследия. Оцифровка архивов, музеев и библиотек делает культурные ценности доступными для людей по всему миру. Например, виртуальные туры по музеям, такие как проект Google Arts & Culture, позволяют людям посещать знаменитые галереи, не выходя из дома. Это особенно важно в условиях пандемий или других ограничений.

Однако цифровизация культуры также вызывает вопросы о авторских правах и аутентичности. Легкость копирования и распространения цифрового контента приводит к нарушениям авторских прав и пиратству. Кроме того, использование технологий, таких как deepfake, ставит под сомнение достоверность информации и культурных артефактов.

Ещё одним важным аспектом является влияние цифровых технологий на язык и коммуникацию. Социальные сети и мессенджеры способствуют появлению новых форм языка, таких как эмодзи, мемы и сокращения. Это делает общение более быстрым и эмоциональным, но также может приводить к упрощению языка и потере глубины коммуникации.

Таким образом, информационные технологии оказывают profound влияние на культуру и образование, открывая новые возможности и создавая новые вызовы. Они делают образование более доступным и персонализированным, а культуру — более интерактивной и глобальной. Однако для того чтобы максимально использовать потенциал цифровых технологий, необходимо решать связанные с ними проблемы, такие как цифровое неравенство, защита авторских прав и сохранение культурной аутентичности.

Тема 3.2. Цифровое неравенство и его социальные последствия. Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие цифрового неравенства: доступ к технологиям, навыки, возможности. Социальные группы, наиболее подверженные цифровому неравенству: возрастные, экономические и географические аспекты. Последствия цифрового неравенства для образования, занятости и социальной мобильности. Стратегии преодоления цифрового неравенства: государственные и международные инициативы.

Текст лекции.

Цифровое неравенство — это одна из ключевых проблем современного информационного общества, которая проявляется в неравном доступе к цифровым технологиям, интернету и связанным с ними возможностям. Это явление имеет глубокие социальные последствия, затрагивая образование, экономику, здравоохранение и другие сферы жизни. Цифровое неравенство существует как на глобальном уровне, между странами, так и внутри отдельных государств, между различными социальными группами.

Одной из основных причин цифрового неравенства является экономический фактор. В развивающихся странах и бедных регионах доступ к компьютерам, смартфонам и высокоскоростному интернету ограничен из-за высокой стоимости оборудования и услуг. Это создаёт барьер для участия в цифровой экономике, получения онлайн-образования и доступа к современ-

ным медицинским услугам. Например, в сельских районах многих стран интернет-инфраструктура развита слабо, что оставляет местное население в информационной изоляции.

Географический фактор также играет важную роль. В удалённых и труднодоступных регионах, таких как горные районы или острова, прокладка телекоммуникационных сетей требует значительных инвестиций. Это приводит к тому, что жители таких территорий оказываются отрезанными от цифровых сервисов и возможностей, которые они предоставляют.

Социальные и демографические факторы также способствуют цифровому неравенству. Пожилые люди, люди с ограниченными возможностями и представители социально уязвимых групп часто сталкиваются с трудностями в использовании цифровых технологий. Это может быть связано с отсутствием навыков, страхом перед новыми технологиями или физическими ограничениями. Например, пожилые люди могут не знать, как пользоваться онлайн-банкингом, что ограничивает их доступ к финансовым услугам.

Социальные последствия цифрового неравенства крайне серьёзны. В образовании оно приводит к тому, что дети из бедных семей или удалённых регионов не могут полноценно участвовать в онлайн-обучении. Это усугубляет существующее неравенство и ограничивает их возможности для будущего трудоустройства и социальной мобильности. Например, во время пандемии COVID-19 многие школьники и студенты оказались в невыгодном положении из-за отсутствия доступа к компьютерам и интернету.

В экономике цифровое неравенство создаёт барьеры для участия в цифровых рынках. Малые предприятия и индивидуальные предприниматели из регионов с плохо развитой интернет-инфраструктурой не могут конкурировать с компаниями, которые активно используют цифровые технологии. Это приводит к увеличению разрыва между развитыми и развивающимися регионами.

В здравоохранении цифровое неравенство ограничивает доступ к телемедицине и другим цифровым сервисам. Это особенно критично для людей, живущих в удалённых районах, где медицинские учреждения находятся далеко. Отсутствие доступа к онлайн-консультациям и диагностическим системам может ухудшить качество медицинской помощи и увеличить риски для здоровья.

Цифровое неравенство также влияет на социальную интеграцию. Люди, не имеющие доступа к цифровым технологиям, оказываются исключёнными из современных форм коммуникации и взаимодействия. Это может приводить к социальной изоляции, особенно среди пожилых людей и представителей уязвимых групп.

Для преодоления цифрового неравенства необходимы комплексные меры на государственном и международном уровне. Это включает инвестиции в инфраструктуру, такие как прокладка интернет-кабелей в удалённые регионы и создание общественных точек доступа к интернету. Образовательные программы по цифровой грамотности помогают людям освоить навыки, необходимые для использования цифровых технологий. Социальные инициативы, такие как предоставление льгот на покупку компьютеров или бесплатный доступ к интернету для малоимущих семей, также играют важную роль.

Однако цифровое неравенство — это не только техническая, но и социальная проблема. Для её решения необходимо учитывать культурные, экономические и политические аспекты. Например, в некоторых странах доступ к интернету ограничивается по политическим причинам, что требует международного вмешательства и сотрудничества.

Таким образом, цифровое неравенство является серьёзным вызовом для современного общества, создающим барьеры для развития и социальной интеграции. Его последствия затрагивают образование, экономику, здравоохранение и другие сферы жизни. Для преодоления этой

проблемы необходимы совместные усилия государства, бизнеса и гражданского общества, направленные на обеспечение равного доступа к цифровым технологиям и возможностям, которые они предоставляют.

РАЗДЕЛ 4. Этика и безопасность в ин-формационном обществе

Тема 4.1. Этические аспекты цифровой среды и профессиональной деятельности. Перечень изучаемых элементов содержания

Основные этические проблемы цифровой среды: конфиденциальность, приватность, манипуляция данными. Ответственность специалистов в сфере информационных технологий: профессиональная этика и кодексы поведения. Этические дилеммы в использовании искусственного интеллекта и автоматизированных систем. Роль этики в формировании доверия к цифровым технологиям и их разработчикам.

Текст лекции

Цифровая среда, ставшая неотъемлемой частью современной жизни, порождает множество этических вопросов, которые требуют внимательного рассмотрения. Этические аспекты цифровой среды связаны с использованием технологий, обработкой данных, взаимодействием людей и профессиональной деятельностью. Они затрагивают такие вопросы, как конфиденциальность, справедливость, ответственность и уважение прав человека в условиях цифровизации.

Одним из ключевых этических вопросов является конфиденциальность и приватность. В цифровую эпоху личные данные пользователей собираются, хранятся и анализируются в огромных масштабах. Это позволяет компаниям и организациям предлагать персонализированные услуги, но также создаёт риски для приватности. Например, использование данных для таргетированной рекламы или продажа информации третьим лицам без согласия пользователей вызывают вопросы о нарушении прав на конфиденциальность. Этические нормы требуют, чтобы сбор и использование данных осуществлялись прозрачно, с согласия пользователей и с соблюдением законодательства, такого как GDPR в Европе.

Манипуляция данными — ещё один важный этический аспект. Цифровые технологии, такие как алгоритмы искусственного интеллекта, могут использоваться для манипуляции поведением людей. Например, социальные сети могут показывать пользователям контент, который усиливает их предубеждения, что приводит к формированию "информационных пузырей". Это ставит вопрос о справедливости и ответственности разработчиков алгоритмов, которые должны учитывать возможные негативные последствия своих решений.

Цифровая зависимость также является этической проблемой. Многие приложения и платформы разрабатываются с целью максимального вовлечения пользователей, что может приводить к чрезмерному использованию технологий и негативному влиянию на психическое здоровье. Этические нормы требуют, чтобы разработчики учитывали потенциальные риски и создавали продукты, которые способствуют здоровому балансу между цифровой и реальной жизнью.

В профессиональной деятельности этические аспекты цифровой среды проявляются в вопросах ответственности специалистов. Например, разработчики программного обеспечения, аналитики данных и IT-специалисты должны учитывать последствия своих решений для общества. Это включает обеспечение безопасности данных, предотвращение дискриминации в алгоритмах и уважение прав пользователей. Профессиональная этика требует, чтобы специалисты следовали кодексам поведения и стремились к созданию технологий, которые приносят пользу обществу.

Искусственный интеллект (ИИ) и автоматизация также порождают этические дилеммы. Например, использование ИИ для принятия решений в таких областях, как кредитование, найм на работу или правосудие, может приводить к дискриминации, если алгоритмы обучены на необъективных данных. Этические нормы требуют, чтобы разработчики ИИ обеспечивали прозрачность, справедливость и подотчётность своих систем.

Авторские права и интеллектуальная собственность — ещё одна важная этическая проблема в цифровой среде. Легкость копирования и распространения цифрового контента приводит к нарушениям авторских прав и пиратству. Это ставит вопрос о балансе между защитой прав создателей и обеспечением доступа к знаниям и культуре. Этические нормы требуют уважения интеллектуальной собственности и соблюдения законов, регулирующих использование цифрового контента.

Кибербуллинг и онлайн-агрессия также являются серьёзными этическими проблемами. Анонимность цифровой среды может способствовать распространению ненависти, травли и дезинформации. Это требует от платформ и пользователей соблюдения норм уважительного общения и принятия мер для предотвращения кибербуллинга.

Таким образом, этические аспекты цифровой среды и профессиональной деятельности охватывают широкий спектр вопросов, связанных с конфиденциальностью, справедливостью, ответственностью и уважением прав человека. Решение этих вопросов требует как соблюдения законодательства, так и развития этических норм, которые учитывают специфику цифровой среды. Это важно для создания технологий, которые не только эффективны, но и справедливы, безопасны и полезны для общества.

Тема 4.2. Информационная безопасность: риски, угрозы и методы защиты данных.

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные угрозы информационной безопасности: кибератаки, утечки данных, вредоносное ПО. Методы защиты информации: криптография, аутентификация, резервное копирование. Роль пользователя в обеспечении информационной безопасности: цифровая гигиена и осведомлённость. Современные подходы к управлению информационными рисками: стратегии и инструменты.

Текст лекции

Информационная безопасность — это одна из ключевых проблем современного цифрового общества, связанная с защитой данных от несанкционированного доступа, утечек, повреждений и других угроз. В условиях, когда информация становится основным ресурсом, её безопасность имеет критическое значение для функционирования бизнеса, государственных учреждений и частных пользователей. Угрозы информационной безопасности постоянно эволюционируют, что требует разработки современных методов защиты и повышения осведомлённости пользователей.

Одной из основных угроз информационной безопасности являются кибератаки. Это целенаправленные действия злоумышленников, направленные на взлом информационных систем, кражу данных или нарушение их работы. Кибератаки могут принимать различные формы, такие как вирусы, трояны, фишинг и DDoS-атаки. Например, фишинг предполагает использование поддельных писем или сайтов для получения конфиденциальной информации, такой как пароли или данные банковских карт. DDoS-атаки направлены на перегрузку серверов, что делает их недоступными для пользователей.

Утечки данных — ещё одна серьёзная угроза. Они могут происходить как в результате хакерских атак, так и из-за ошибок сотрудников или слабой защиты систем. Утечки данных могут привести к потере конфиденциальной информации, финансовым потерям и ущербу

репутации компании. Например, утечка персональных данных клиентов может привести к судебным искам и штрафам, особенно в условиях действия таких законов, как GDPR.

Вредоносное программное обеспечение (ПО), такое как вирусы, черви и программы-шпионы, также представляет угрозу для информационной безопасности. Эти программы могут повреждать данные, замедлять работу систем или собирать конфиденциальную информацию без ведома пользователей. Например, программы-шпионы могут отслеживать действия пользователей и передавать данные злоумышленникам.

Социальная инженерия — это метод, при котором злоумышленники манипулируют людьми, чтобы получить доступ к информации. Например, они могут представляться сотрудниками технической поддержки и просить предоставить пароли или другие данные. Социальная инженерия особенно опасна, потому что она эксплуатирует человеческий фактор, который часто является самым слабым звеном в системе безопасности.

Для защиты данных используются различные методы и технологии. Криптография — это один из основных методов, который позволяет шифровать данные, делая их недоступными для посторонних. Шифрование используется для защиты передачи данных через интернет, хранения информации на устройствах и обеспечения безопасной аутентификации.

Аутентификация — это процесс проверки подлинности пользователя или устройства. Многофакторная аутентификация, которая требует подтверждения через несколько каналов (например, пароль и SMS-код), значительно повышает уровень безопасности.

Резервное копирование — это важный метод защиты данных от потери в случае атак или сбоев. Регулярное создание резервных копий позволяет восстановить информацию даже в случае серьёзных инцидентов.

Антивирусное ПО и системы обнаружения вторжений помогают выявлять и блокировать вредоносные программы и подозрительную активность. Эти системы постоянно обновляются, чтобы противостоять новым угрозам.

Обучение сотрудников и повышение осведомлённости пользователей также играют важную роль в обеспечении информационной безопасности. Многие угрозы, такие как фишинг и социальная инженерия, можно предотвратить, если пользователи знают, как распознавать и избегать их.

Политики безопасности и регламенты помогают организациям систематизировать подход к защите данных. Они включают правила использования устройств, работы с конфиденциальной информацией и реагирования на инциденты.

Однако обеспечение информационной безопасности — это непрерывный процесс, который требует постоянного мониторинга, обновления систем и адаптации к новым угрозам. Например, с развитием интернета вещей (IoT) и облачных технологий появляются новые уязвимости, которые необходимо учитывать.

Таким образом, информационная безопасность является критически важной для защиты данных в цифровую эпоху. Угрозы, такие как кибератаки, утечки данных и вредоносное ПО, требуют комплексного подхода, включающего технические, организационные и образовательные меры. Только сочетание этих методов позволяет минимизировать риски и обеспечить безопасность информации в условиях постоянно меняющегося цифрового ландшафта.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Раздел 1. Теоретические основы информационного общества

Тема 1.1. Понятие и этапы становления информационного общества

Форма практического задания: презентация доклада

Темы докладов:

1. Проанализируйте основные этапы перехода от индустриального к информационному обществу. Какие факторы способствовали этому переходу?
2. Сравните концепции информационного общества Д. Белла, М. Кастельса и Й. Масуды. В чём их сходства и различия?
3. Опишите роль информационных технологий в формировании современного общества. Приведите примеры из реальной жизни.
4. Как изменилась роль информации как ресурса в информационном обществе по сравнению с предыдущими этапами развития?
5. Предложите сценарии дальнейшего развития информационного общества. Какие вызовы и возможности оно может принести?

Тема 1.2. Характеристики и признаки современного информационного общества

Форма практического задания: презентация доклада

Темы докладов:

1. Перечислите ключевые характеристики информационного общества. Как они проявляются в повседневной жизни?
2. Проанализируйте, как цифровизация влияет на экономику, культуру и социальные отношения. Приведите примеры.
3. Как глобализация связана с информационным обществом? Какие положительные и отрицательные последствия она несёт?
4. Опишите, как информационное общество влияет на образование и науку. Какие новые возможности и вызовы возникают?
5. Как информационное общество меняет роль государства и политических процессов? Приведите примеры.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Раздел 2. Технологические аспекты информационного общества

Тема 2.1. Роль цифровых технологий в трансформации общества

Форма практического задания: презентация доклада

Темы докладов:

1. Проанализируйте, как цифровые технологии изменили бизнес-процессы. Приведите примеры успешной цифровой трансформации компаний.
2. Опишите, как интернет вещей (IoT) влияет на повседневную жизнь. Какие преимущества и риски он несёт?

3. Как искусственный интеллект используется в медицине, образовании и других сферах? Приведите конкретные примеры.
4. Проанализируйте, как цифровые технологии влияют на рынок труда. Какие новые профессии появились, а какие исчезли?
5. Опишите, как цифровые технологии способствуют решению глобальных проблем, таких как изменение климата или голод.

Тема 2.2. Информационная инфраструктура и её компоненты
Форма практического задания: презентация доклада
Темы докладов:

1. Опишите основные компоненты информационной инфраструктуры. Как они взаимодействуют между собой?
2. Проанализируйте роль центров обработки данных (ЦОД) в современной экономике. Какие задачи они решают?
3. Как телекоммуникационные сети обеспечивают передачу данных? Приведите примеры их использования в повседневной жизни.
4. Опишите, как облачные технологии изменили подход к хранению и обработке данных. Какие преимущества и риски они несут?
5. Проанализируйте, как информационная инфраструктура способствует развитию "умных городов". Приведите примеры.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Раздел 3. Социальные и культурные последствия цифровизации
Тема 3.1. Влияние информационных технологий на культуру и образование
Форма практического задания: презентация доклада
Темы докладов:

1. Проанализируйте, как цифровые технологии изменили процесс обучения. Какие преимущества и недостатки у онлайн-образования?
2. Опишите, как социальные сети влияют на культуру и коммуникацию. Какие новые формы искусства появились благодаря цифровизации?
3. Как цифровые технологии способствуют сохранению культурного наследия? Приведите примеры.
4. Проанализируйте, как цифровизация влияет на язык и коммуникацию. Какие новые формы языка появились?
5. Опишите, как цифровые технологии меняют роль традиционных институтов, таких как музеи и библиотеки.

Тема 3.2. Цифровое неравенство и его социальные последствия
Форма практического задания: презентация доклада
Темы докладов:

1. Проанализируйте, как цифровое неравенство влияет на доступ к образованию. Какие меры можно предпринять для его преодоления?
2. Опишите, как цифровое неравенство проявляется в разных странах. Какие регионы наиболее уязвимы?
3. Как цифровое неравенство влияет на рынок труда? Какие группы населения наиболее подвержены его последствиям?
4. Проанализируйте, как цифровое неравенство связано с социальной мобильностью. Какие барьеры оно создаёт?

5. Предложите стратегии для преодоления цифрового неравенства на уровне государства и местных сообществ.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

Раздел 4. Этика и безопасность в информационном обществе

Тема 4.1. Этические аспекты цифровой среды и профессиональной деятельности

Форма практического задания: презентация доклада

Темы докладов:

1. Проанализируйте, как цифровые технологии влияют на конфиденциальность и приватность. Какие этические проблемы возникают?
2. Опишите, как искусственный интеллект может использоваться для манипуляции поведением людей. Какие меры можно предпринять для предотвращения этого?
3. Как цифровая зависимость влияет на психическое здоровье? Какие меры можно предпринять для её предотвращения?
4. Проанализируйте, как профессиональная этика в IT-сфере влияет на разработку технологий. Какие кодексы поведения существуют?
5. Опишите, как цифровые технологии влияют на авторские права и интеллектуальную собственность. Какие этические вопросы возникают?

Тема 4.2. Информационная безопасность: риски, угрозы и методы защиты данных

Форма практического задания: презентация доклада

Темы докладов:

1. Проанализируйте основные виды кибератак. Какие методы защиты можно использовать для их предотвращения?
2. Опишите, как утечки данных влияют на бизнес и пользователей. Какие меры можно предпринять для их предотвращения?
3. Как вредоносное ПО влияет на работу компьютеров и сетей? Какие методы борьбы с ним существуют?
4. Проанализируйте, как криптография используется для защиты данных. Приведите примеры её применения.
5. Опишите, как многофакторная аутентификация повышает уровень безопасности. Какие ещё методы аутентификации существуют?

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Теоретические основы информационного общества	Подготовка доклада
Раздел 2. Технологические аспекты информационного общества	Подготовка доклада
Раздел 3. Социальные и культурные последствия цифровизации	Подготовка доклада
Раздел 4. Этика и безопасность в информационном обществе	Подготовка доклада

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1.
Перечень тем докладов:

1. Роль информации как ресурса в современном обществе.
2. Сравнительный анализ концепций информационного общества Д. Белла, М. Кастельса и Й. Масуды.
3. Исторические предпосылки перехода к информационному обществу.
4. Информационное общество и глобализация: взаимосвязь и последствия.
5. Роль образования в формировании информационного общества.
6. Информационное общество и проблемы цифровой грамотности.
7. Информационное общество и изменение роли традиционных СМИ.
8. Информационное общество и трансформация трудовых отношений.
9. Информационное общество и экологические аспекты цифровизации.
10. Информационное общество и проблемы цифровой идентичности.
11. Информационное общество и будущее человечества: прогнозы и сценарии.
12. Информационное общество и роль искусственного интеллекта.
13. Информационное общество и проблемы цифровой зависимости.
14. Информационное общество и изменение роли государства.
15. Информационное общество и новые формы социальной коммуникации.
16. Информационное общество и проблемы цифровой этики.
17. Информационное общество и трансформация политических процессов.
18. Информационное общество и роль больших данных.
19. Информационное общество и проблемы цифровой безопасности.
20. Информационное общество и изменение роли науки.
21. Информационное общество и проблемы цифровой культуры.
22. Информационное общество и трансформация семейных отношений.
23. Информационное общество и роль молодёжи в цифровую эпоху.
24. Информационное общество и проблемы цифровой экологии.
25. Информационное общество и изменение роли религии.
26. Информационное общество и проблемы цифровой экономики.
27. Информационное общество и трансформация системы здравоохранения.
28. Информационное общество и роль виртуальной реальности.
29. Информационное общество и проблемы цифровой демократии.
30. Информационное общество и изменение роли искусства.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2.
Перечень тем докладов:

1. Роль интернета в формировании информационного общества.
2. Облачные технологии: преимущества и риски для бизнеса.
3. Большие данные: возможности и социальные последствия.
4. Искусственный интеллект и его роль в современном обществе.
5. Блокчейн-технологии: принципы работы и области применения.
6. Интернет вещей: возможности и вызовы для общества.
7. Цифровая трансформация бизнеса: основные этапы и примеры.
8. Электронная коммерция: тенденции и перспективы развития.
9. Цифровые платформы и их влияние на рынок труда.
10. Роль телекоммуникационных сетей в информационном обществе.

11. Центры обработки данных: функции и значение для экономики.
12. Национальные информационные системы: цели и задачи.
13. Глобальные информационные системы: примеры и их влияние на общество.
14. Проблемы цифрового неравенства в развитии информационной инфраструктуры.
15. Устойчивость информационной инфраструктуры: риски и решения.
16. Цифровые технологии и их влияние на образование.
17. Роль цифровых технологий в здравоохранении.
18. Цифровизация государственных услуг: преимущества и недостатки.
19. Цифровые технологии и их влияние на культуру и искусство.
20. Роль цифровых технологий в развитии науки и инноваций.
21. Цифровые технологии и их влияние на экологию.
22. Проблемы кибербезопасности в условиях цифровизации.
23. Цифровые технологии и их роль в формировании "умных городов".
24. Роботизация и её влияние на рынок труда.
25. Цифровые технологии и их роль в борьбе с глобальными вызовами.
26. Эволюция цифровых технологий: от прошлого к будущему.
27. Цифровые технологии и их влияние на политические процессы.
28. Будущее цифровых технологий: прогнозы и сценарии.
29. Цифровые технологии и их роль в развитии транспорта.
30. Цифровые технологии и их влияние на сельское хозяйство.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3.
Перечень тем докладов:

1. Влияние цифровизации на формы социальной коммуникации.
2. Цифровизация и изменение роли традиционных институтов (библиотеки, музеи, университеты).
3. Онлайн-образование: преимущества, вызовы и перспективы.
4. Цифровизация культуры: новые формы искусства и медиапотребления.
5. Культурная глобализация в условиях цифровизации.
6. Сохранение локальной идентичности в цифровую эпоху.
7. Цифровое неравенство: понятие и основные аспекты.
8. Социальные группы, наиболее подверженные цифровому неравенству.
9. Последствия цифрового неравенства для образования и занятости.
10. Стратегии преодоления цифрового неравенства на государственном уровне.
11. Роль международных организаций в борьбе с цифровым неравенством.
12. Цифровизация и изменение структуры рынка труда.
13. Новые профессии в условиях цифровой экономики.
14. Цифровизация и проблемы социальной мобильности.

15. Влияние цифровизации на семейные отношения.
16. Цифровизация и изменение роли молодёжи в обществе.
17. Цифровизация и проблемы старения населения.
18. Влияние цифровизации на гендерные отношения.
19. Цифровизация и изменение роли религии в обществе.
20. Цифровизация и проблемы психического здоровья.
21. Влияние цифровизации на политическую активность граждан.
22. Цифровизация и проблемы информационной перегрузки.
23. Цифровизация и изменение роли традиционных СМИ.
24. Влияние цифровизации на формирование общественного мнения.
25. Цифровизация и проблемы цифровой зависимости.
26. Влияние цифровизации на экологическое сознание общества.
27. Цифровизация и проблемы сохранения культурного наследия.
28. Цифровизация и изменение роли искусства в обществе.
29. Влияние цифровизации на межкультурную коммуникацию.
30. Будущее социальных и культурных изменений в условиях цифровизации.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4.
Перечень тем докладов:

1. Основные этические проблемы цифровой среды.
2. Конфиденциальность и приватность в условиях цифровизации.
3. Манипуляция данными: этические аспекты и последствия.
4. Ответственность специалистов в сфере информационных технологий.
5. Этические дилеммы в использовании искусственного интеллекта.
6. Роль этики в формировании доверия к цифровым технологиям.
7. Основные угрозы информационной безопасности в цифровую эпоху.
8. Кибератаки: виды, последствия и методы защиты.
9. Утечки данных: причины, последствия и профилактика.
10. Вредоносное ПО: виды и методы борьбы.
11. Криптография как метод защиты информации.
12. Аутентификация и её роль в обеспечении информационной безопасности.
13. Резервное копирование данных: значение и методы реализации.
14. Роль пользователя в обеспечении информационной безопасности.
15. Цифровая гигиена: основные принципы и рекомендации.
16. Управление информационными рисками: стратегии и инструменты.
17. Информационная безопасность в бизнесе: основные подходы.
18. Информационная безопасность в государственных структурах.
19. Роль международного сотрудничества в обеспечении информационной безопасности.
20. Информационная безопасность и защита персональных данных.
21. Этические аспекты использования больших данных.
22. Проблемы цифровой идентичности и анонимности.
23. Этические аспекты использования технологий распознавания лиц.
24. Информационная безопасность и проблемы цифрового следа.
25. Этические аспекты использования дронов и роботов.
26. Информационная безопасность в условиях интернета вещей.
27. Этические аспекты использования блокчейн-технологий.

28. Информационная безопасность и проблемы кибербуллинга.
29. Этические аспекты использования виртуальной и дополненной реальности.
30. Будущее этики и безопасности в информационном обществе.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
Технологии мультимедийной журналистики

Направление подготовки
«42.03.02 Журналистика»

Направленность
«Журналистика»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях)

дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими

способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной

литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
   - наименование факультета;
   - тема презентации;
   - фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;

- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема лекционного занятия:
Раздел 1. Эволюция медийных форматов и жанров
Тема 1.1. Трансформация традиционных жанров и форматов
Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о трансформации традиционных жанров и форматов.
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Современные медиа проходят через значительную трансформацию, обусловленную развитием цифровых технологий и изменением потребительских предпочтений. Традиционные жанры, такие как репортажи, интервью и новостные статьи, адаптируются к новым условиям распространения информации и восприятия контента.

Прежде всего, необходимо отметить изменение в подходах к созданию контента. Например, лонгриды становятся популярными благодаря их способности глубоко погружать читателя в тему за счет использования мультимедийных элементов: видео, аудио и интерактивных инфографик. Такие форматы позволяют создать более полное представление о предмете обсуждения.

Важным аспектом является появление новых платформ для дистрибуции медиаконтента – социальных сетей, мессенджеров и стриминговых сервисов. Эти платформы способствуют мгновенному распространению информации и требуют от традиционных СМИ адаптации их контента под новые форматы: короткие видеоролики для TikTok или Instagram Stories.

Синергия различных медиаформатов также становится нормой. Взаимодействие текста с визуальными элементами усиливает воздействие на аудиторию и позволяет более эффективно донести сообщение до потребителя.

Кроме того, тенденция к персонализации контента требует от производителей учитывать предпочтения пользователей при создании медиапродуктов. Это приводит к внедрению алгоритмов машинного обучения для анализа данных о поведении пользователей с целью предоставления наиболее релевантной информации.

Таким образом, трансформация традиционных жанров заключается не только в изменении способов подачи материала, но и в переосмыслении самого подхода к созданию медиаконтента с учетом современных технологических возможностей и запросов аудитории.

Тема лекционного занятия:
Раздел 1. Эволюция медийных форматов и жанров
Тема 1.2. Визуальные и аудиовизуальные медиаформаты. Форматы мультимедиа.
Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о визуальных и аудиовизуальных медиаформатах.
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

В современном медийном пространстве наблюдается значительная трансформация традиционных жанров и форматов, обусловленная развитием новых технологий и изменением предпочтений аудитории. Интертекстуальность — это процесс, при котором различные тексты взаимодействуют друг с другом, создавая более сложное и насыщенное медиаполе. Этот феномен является неотъемлемой частью современной журналистики и активно используется в различных форматах.

Интерактивные карты представляют собой один из примеров использования интертекстуальных элементов в медиа. Они позволяют пользователям взаимодействовать с информацией, предоставляя возможность самостоятельно исследовать данные через удобные интерфейсы.

Мультимедийные лонгриды, объединяющие текстовые материалы с видео- и аудиофрагментами, а также графикой, предлагают более глубокое погружение в тему благодаря разнообразию представленных данных.

В социальных сетях популярность приобрели сториз, короткие временные публикации, которые могут содержать текстовые вставки, опросы или ссылки на другие материалы. Эти элементы усиливают эффект интерактивности и позволяют пользователям быть активными участниками медиапроцесса.

Ключевым аспектом является также развитие нативной рекламы, где рекламное сообщение органично интегрируется в контент таким образом, что его восприятие становится естественным для аудитории. Это способствует увеличению доверия к бренду и повышает эффективность рекламных кампаний.

Таким образом, интертекстуальные и интерактивные форматы продолжают развиваться параллельно с изменениями в технологиях дистрибуции информации. Они способствуют созданию более динамичного информационного пространства, где пользователь становится не просто зрителем или читателем, но активным участником процесса потребления контента.

Тема лекционного занятия:
Раздел 1. Эволюция медийных форматов и жанров
Тема 1.3. Текстовые форматы современных медиа. Нативные тексты. Сторителлинг.
Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о текстовых форматах современных медиа.
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Контент помогает распространять знание о бренде, привлекать новую аудиторию и удерживать наработанную клиентскую базу. При этом контент — это не только содержание, но и упаковка. Клиенты не пройдут мимо интересно оформленного материала — например, с инфографикой или в виде вопросов и ответов, — но могут оставить без внимания полезное исследование, если увидят сплошной текст без абзацев. Различные форматы позволяют избежать этой ошибки, так как предполагают определённую структуру. Знание форматов также поможет вам разнообразить контент на сайте, в блоге и в социальных сетях.

Новость

В вашей компании появилась новая услуга? Вы улучшили интерфейс приложения, или ваши спикеры поучаствовали в тематической конференции? Всё это может стать основой для новостной заметки.

Формат новости напоминает аудитории о вашем бренде, позволяет сообщать о нововведениях и показывать экспертность. Заметка может выходить в вашем блоге, в социальной сети, на стороннем ресурсе или в СМИ. При этом новостным поводом могут становиться как ваши внутренние процессы, так и важные события в отрасли. Например, для маркетинга это изменения в законе «О рекламе», расширение географии крупного российского игрока, объявление о скорой конференции по продвижению бизнеса.

Структура короткой новостной заметки:

Придумайте цепляющий заголовок, который сообщит главное: «С 1 сентября 2022 года вступают в силу изменения в законе «О рекламе».

В лиде (аннотации новости) кратко сообщите суть заметки: «Теперь рекламные материалы необходимо маркировать и регистрировать в Едином реестре интернет-рекламы Роскомнадзора».

В основном тексте расскажите подробности.

В конце напомните о ранних материалах по теме, если вы их публиковали.

Пресс-релиз и пост-релиз

Если у вас намечается отраслевое мероприятие или важное событие, расскажите клиентам о нём. С этим помогут пресс-релиз (материал, предваряющий событие) и пост-релиз (отчёт о состоявшемся мероприятии).

Оба вида контента используют в маркетинге для рассылки по СМИ, поэтому их структура похожа на новостную заметку, но информация изложена подробнее. Материалы также можно опубликовать в блоге или упомянуть в соцсетях. С помощью пресс-релиза заинтересуйте клиентов, которые хотят попасть, к примеру, на тематическую конференцию. Если они хотят кратко узнать о результатах такого мероприятия, то почитают пост-релиз.

Примеры контента

Отчёты о конференциях МТС Маркетолога мы публикуем в блоге в формате пост-релиза. Фрагмент кейса МТС по увеличению спроса на камеры видеонаблюдения.

Обзор

Обзор (или разбор) — это материал, который подробно раскрывает суть продукта, явления, процесса или события. Такой текст может отвечать на вопросы: «что это такое», «зачем это нужно», «как это работает», «как этим пользоваться».

Например, в российском сегменте появился новый инструмент для продвижения бизнеса. Протестируйте его, а затем напишите обзор: что это за инструмент, как работает технология, для каких видов бизнеса подходит, обозначьте важные особенности инструмента. Именно так, в формате обзора, мы рассказывали про новый способ взаимодействия с клиентами — RCS-рассылки.

Виды постов

Как написать статью-обзор:

В заголовке укажите аспект, который разбираете подробно. Например, «Что такое программа лояльности».

Лид призван вовлечь в чтение, здесь он выступает как подводка к материалу. Включите в лид ключевую фразу, чтобы оптимизировать статью под поисковую систему.

В тексте подробно ответьте на основные вопросы о продукте или явлении. Желательно с примерами из практики — они вызывают больше доверия пользователей.

В завершении статьи обозначьте ключевые тезисы, чтобы закрепить содержание материала.

Интервью

Интервью регулярно встречается в печатных изданиях. Вы также можете использовать этот формат на своём сайте или опубликовать материал в посте в социальной сети.

Что нужно учесть при написании интервью:

Чтобы беседа получилась интересной, уделите внимание выбору эксперта и подготовьте список вопросов. Последнее поможет вам не уходить далеко от темы.

Разговорчивого эксперта направляйте в нужное русло интервью. Чтобы получать развернутые ответы, задавайте открытые вопросы (те, на которые нужно ответить что-то, кроме «да» или «нет»).

После расшифровке интервью уберите слова-паразиты, повторы и то, что не относится к теме материала. Старайтесь передать индивидуальность эксперта. Цитаты приводите дословно, но так же исключайте лишнее, засоряющее речь.

Согласуйте итоговый материал со спикером. Если вы неправильно передали какие-то детали из-за незнания темы, собеседник вас поправит.

Инструкция

Инструкция, или гайд, представляет собой пошаговый план выполнения какой-то задачи. Классический пример инструкции — это кулинарный рецепт, где сначала перечисляется состав и количество ингредиентов, затем — в какой последовательности их смешивать и что при этом нужно делать.

Что важно для формата инструкции:

В заголовке укажите, на какой вопрос получит ответ читатель. Например, «Как поклеить обои», «Что посмотреть в Казани за один день», «Как продвинуть сайт в топ при минимальном бюджете».

Соблюдайте последовательность действий и не пропускайте шаги. В этом формате читатели особенно ценят структуру: используйте маркерные списки, шаги оформляйте подзаголовками.

Инструкцию можно сопровождать изображениями и видео — они упрощают понимание материала.

Контент текст

В статье «Как правильно отвечать на отзывы» подробно рассказывали об общих правилах и частностях ответов на негативные и положительные комментарии.

Подборка

Один из популярных форматов, который любят сохранять в закладки и пересылать другим пользователям. Всё потому, что грамотно составленная подборка экономит клиенту время на поиск и сравнение похожих продуктов. Например, подборка книжных новинок подсказывает, что почитать в ближайшее время, подборка конкурсов для предпринимателей — где можно заявить о своём бизнесе.

Несколько советов по составлению статьи-подборки:

В заголовке используйте цифры, чтобы привлечь внимание пользователя.

Придерживайтесь структуры: в основном тексте выделите элементы подборки. Например, в статье о сервисах для быстрого создания изображений названия сайтов были вынесены в подзаголовки. А в подборку с книгами по маркетингу мы добавили гиперссылки.

Расскажите вкратце о каждом продукте в подборке. Не копируйте описания из других источников, иначе поисковые системы не будут вас продвигать.

Если список элементов большой, добавьте оглавление. В конце статьи можно поместить сравнительную таблицу.

Кейс

Кейс — это детальный рассказ о том, как вы решали задачу клиента. Такой вид контента демонстрирует вашу экспертность — вы показываете не только результаты работы, но и процесс. Если потенциальному клиенту нравится, как вы работаете, он захочет воспользоваться вашими продуктами и услугами.

Чаще всего кейсы — это удачные примеры. Но бывают и рассказы об ошибках, на которых компании учатся, а потом приходят к правильному решению.

Как написать кейс:

Структура кейса простая. Вы формулируете задачу, которая стояла перед вами. Последовательно объясняете, какие шаги предпринимали. В конце пишете, к какому результату пришли.

В кейсе важны подробности: именно они помогают будущим клиентам принять решение о сотрудничестве. При этом текст должен быть составлен так, чтобы человек, который не разбирается в теме, понял, о чём идёт речь и почему вы выполнили задачу кейса хорошо.

Если клиент из кейса оставил отзыв о вашей работе, или вы смогли взять у него комментарий, это тоже можно упомянуть в статье.

Согласуйте с клиентом из кейса публикацию материала. Возможно, он не захочет, чтобы вы указывали название организации или ему необходимо уточнить какой-то момент со своими коллегами.

История

Формат истории похож на кейс. Но если кейс — это описание задачи и процесс её решения, то история — это рассказ о человеке, случае, который с ним произошёл, или пути, который герой прошёл для достижения цели.

Для написания хорошей истории необходимо владеть навыками сторителлинга. Подробнее о структуре, приёмах и технологиях создания интересного повествования мы писали здесь.

Дайджест

Формат напоминает подборку новостей, используется в email-рассылках. Клиенты получают краткий обзор обновлений продукта, списки полезных статей, подборку ближайших мероприятий, вакансий и т.д.

Содержание дайджеста зависит от ваших целей. А ещё дайджест предполагает:

регулярность публикации (выход раз в неделю или месяц);

обзор за период. Например, итоги января, если это дайджест со списком новых функций в приложении. Или скорые конференции в феврале, если вы хотите пригласить поучаствовать своих клиентов.

Исследование

Этот вид контента требует наиболее тщательной подготовки. Так, для проведения исследований в маркетинге мы задействуем ресурсы Big Data МТС. Основа — деперсонализированные и агрегированные данные о 65 млн абонентов МТС. Можем изучить профиль вашей целевой аудитории, провести анализ рынка, оценить клиентскую базу на склонность к покупке и провести другое кастомное исследование по запросу.

Информационный контент

Чтобы исследование было наглядным, добавляйте инфографику, карты, изображения. Пример графика взят из исследования МТС Маркетолога

Словарь

Когда к вам попадает новичок, ему может быть трудно сориентироваться в терминологии. Выход — опубликовать словарь. Можно собрать список общеупотребимых терминов и краткое описание к ним в статье, можно создать отдельную страницу на сайте под этот список.

Словарный контент любят поисковые системы, так как он включает запросы «что такое…», «…это». На такой контент удобно ссылаться при написании новых материалов.

На словарь похожа справка — раздел сайта, где вы публикуете информационный контент по продуктам и услугам и сопровождаете его небольшой инструкцией. Ответы на основные вопросы пользователь найдёт в справке, а если нет — всегда сможет обратиться к вам напрямую.

UGC-контент

Отдельно отметим контент, созданный самими пользователями — подписчиками вашего сообщества в социальной сети и клиентами компании. UGC-контент — это различные обзоры ваших продуктов в соцсетях, отзывы, комментарии под статьями, фотографии с вашими товарами и т.д. Работает как сарафанное радио.

Маркетологи могут стимулировать клиентов создавать подобный контент, чтобы увеличивать количество упоминаний в интернете и повысить лояльность будущих покупателей. Для этого продумывают UGC-стратегию.

Тема лекционного занятия:
Раздел 2. Современные форматы медиа
Тема 2.1. Интертекстуальные и интерактивные форматы современных медиа. Маркетинговые и рекламные форматы
Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о интертекстуальных и интерактивных форматах современных медиа.
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Современные медиа характеризуются не только разнообразием форматов, но и их интеграцией, что приводит к возникновению интертекстуальных и интерактивных форматов. Эти форматы являются результатом синергии традиционных жанров журналистики с новыми цифровыми технологиями.

Интертекстуальность в медиаконтенте

Интертекстуальность предполагает взаимосвязь различных текстов, где каждый новый текст является производным от предыдущих. В условиях цифровых медиа это выражается через гипертексты, ссылки и множественные отсылки к другим материалам. Таким образом, читатель может путешествовать по информационному пространству, получая более глубокое понимание темы.

Интерактивность как ключевой фактор

Интерактивность становится центральным элементом современных медийных продуктов. Она позволяет аудитории не только потреблять контент, но и активно взаимодействовать с ним. Это может проявляться в виде:

Интерактивных карт, которые позволяют пользователю самостоятельно исследовать данные.

Нативных текстов и партнерских материалов, включающих элементы персонализации.

Суггестивных текстов, которые побуждают пользователя к действию благодаря вовлекающим механикам.

Реклама и новые формы взаимодействия

Реклама также трансформируется под влиянием интертекстуальности и интерактивности. Классические рекламные объявления уступают место нативной рекламе — интегрированным материалам, которые органично вписываются в общий контент платформы без нарушений пользовательского опыта.

Таким образом, современное медиапространство становится более сложным и многослойным благодаря развитию интертекстуальных связей и внедрению интерактивных элементов.

Тема лекционного занятия:
Раздел 2. Современные форматы медиа
Тема 2.2. Иммерсивные форматы. Виртуальная и дополненная реальность.
Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о иммерсивных форматах.
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Иммерсивные технологии представляют собой революционное направление в развитии современных медиаформатов, предлагающее пользователю уникальные возможности для погружения в виртуальные миры и обогащение восприятия окружающей действительности. К числу таких технологий относятся виртуальная реальность (VR) и дополненная реальность (AR).

Виртуальная реальность – это технология, которая позволяет создать полностью искусственное окружение, с которым пользователь может взаимодействовать при помощи специальных устройств, таких как шлемы VR и контроллеры движения. Основной целью VR является полное погружение пользователя в созданный цифровой мир, что достигается за счет реалистичной графики, объемного звука и интерактивных элементов.

Исследования показывают, что мировой рынок виртуальной реальности стремительно растет: по данным компании Statista, к 2024 году ожидается увеличение его объема до $44 миллиардов. Это обусловлено широким спектром применения VR-технологий: от развлекательных индустрий до образования и медицины.

В рамках образовательного процесса виртуальная реальность позволяет создавать симуляции сложных процессов или исторических событий, что значительно повышает эффективность обучения. В медицине VR используется для тренировки врачей на моделях анатомии человека или проведения операций в безопасной среде.

Дополненная реальность, в отличие от виртуальной, не создает полностью искусственный мир; она накладывает цифровые элементы на изображение окружающего мира через устройства вроде смартфонов или AR-очков. AR нашла широкое применение в рекламной индустрии благодаря возможности интеграции интерактивных рекламных материалов непосредственно в повседневную жизнь пользователей.

Одним из ключевых аспектов успешного внедрения дополненной реальности является её способность улучшать пользовательский опыт без нарушения привычной среды взаимодействия с устройством. Это достигается за счет использования геолокационных данных для предоставления контекстуально значимой информации.

Примером использования AR может служить приложение IKEA Place, которое позволяет пользователям визуализировать мебель из каталога IKEA непосредственно у себя дома перед покупкой. Такое решение не только способствует увеличению продаж за счет более информированного выбора потребителей но также улучшает клиентский опыт.

Сочетание возможностей VR и AR открывает новые горизонты для создания интерактивных видео форматов типа 360-градусного видео или квестов с элементами геймификации; эти технологии позволяют аудитории стать активными участниками событий вместо пассивных наблюдателей.

Несмотря на все преимущества иммерсивных технологий существуют также вызовы связанные с их массовым внедрением включая высокую стоимость оборудования ограничения вычислительных мощностей устройств а также необходимость разработки стандартизированных платформ поддерживающих данные форматы

Тем не менее продолжающееся развитие аппаратного обеспечения программирования графических интерфейсов человеческой интуиции делает будущее иммерсивных медиаформатов многообещающим перспективным

Тема лекционного занятия:
Раздел 2. Современные форматы медиа
Тема 2.3. Форматы социальных медиа (социальные сети, мессенджеры, стримплатформы)
Цели занятия: Цель занятия заключается в получении обучающимися знаний о форматах социальных медиа.
Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция Обзорная лекция. Лекция-дискуссия.
Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Форматы социальных медиа: Социальные сети, мессенджеры, стримплатформы

Современные социальные медиа представляют собой сложную экосистему коммуникационных платформ, которые значительно влияют на нашу повседневную жизнь и бизнес-практики. Рассмотрим основные форматы социальных медиа и их особенности.

Социальные сети

Социальные сети, такие как ВКонтакте, предоставляют пользователям возможность создавать личные профили и взаимодействовать через публикации (посты), комментарии и репосты. Ключевую роль здесь играют теги и ключевые слова, которые помогают в продвижении контента. Создание сообществ — групп или пабликов — способствует вовлечению пользователей через акции, конкурсы и эвенты.

Дополненная реальность (AR) становится все более популярной в социальных сетях благодаря интерактивным фильтрам. Монетизация контента через партнерство и рекламу позволяет инфлюенсерам извлекать доход из своей активности.

Мессенджеры

Мессенджеры (например, WhatsApp, Telegram) обеспечивают мгновенные сообщения между пользователями. Функционал мессенджеров расширяется за счет чат-ботов для автоматизации общения с клиентами. Рассылки через CRM-системы позволяют бизнесу поддерживать связь с клиентами посредством персонализированных сообщений.

Стримплатформы

Стриминговые платформы (такие как Twitch или YouTube Live) дают возможность вести прямые трансляции событий с возможностью интерактивного участия зрителей через чаты. Здесь популярны видеоблоги (влоги) и подкасты как форматы для создания уникального контента.

Оценка эффективности публикаций во всех этих форматах осуществляется при помощи аналитических инструментов для измерения охвата аудитории, вовлеченности пользователей и возврата инвестиций в рекламу.

В заключение стоит отметить важность понимания специфики каждой платформы для успешного продвижения брендов или личностей в цифровом пространстве.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Тема занятия:
Раздел 1. Эволюция медийных форматов и жанров
Тема 1.1. Трансформация традиционных жанров и форматов

Тема 1.2. Визуальные и аудиовизуальные медиаформаты. Форматы мультимедиа
Тема 1.3. Текстовые форматы современных медиа. Нативные тексты. Сторителлинг.

Формы практических заданий: реферат, контрольная работа

Темы рефератов:

1. Трансформация традиционных жанров в эпоху цифровизации: Как изменяются классические журналистские жанры с появлением новых медиаформатов.
2. Развитие мультимедийных форматов в современной журналистике: Анализ влияния технологий на методы подачи информации.
3. Лонгрид как новый формат нарративной журналистики: Исследование особенностей и жанровых вариаций лонгридов.
4. Синтез форматов медиаконтента и его роль в привлечении аудитории: Взаимодействие текстовых, аудиовизуальных и интерактивных элементов.
5. Влияние новых технологий на развитие медийного контента: Как инновации формируют современные медиаформаты.
6. Кликбейт как инструмент манипуляции вниманием аудитории: Этические аспекты использования кликбейтовых заголовков.
7. Эволюция комментария как формы взаимодействия с аудиторией: Роль комментариев в современных СМИ и социальных платформах.
8. Диалоги в медийном пространстве: от интервью до подкастов: Разновидности диалоговых форматов и их особенности.
9. Биография как инструмент повествования в цифровую эпоху: Изменения подходов к созданию биографических материалов онлайн.
10. История репортажа от печатной прессы до виртуальной реальности: Изучение трансформации репортажного жанра через призму технологий.
11. Карточки информации как метод структурирования данных для читателей: Преимущества использования карточек для представления сложной информации.
12. Роль флешмобов в современном медиапространстве: Способы организации и воздействия на общественное мнение через массовые акции онлайн.
13. Онлайн-курсы как новая форма образовательного контента СМИ: Исследование тенденций развития образовательных медиаформатов.
14. Партнерские материалы и нативная реклама в современных СМИ: Эффективность интегрированных маркетинговых коммуникаций через партнерский контент.
15. Развитие интерактивных карт в новостной журналистике - использование картографии данных для визуализации новостей

Вопросы к контрольной работе:

1. Как трансформация традиционных жанров и форматов СМИ повлияла на потребление контента?
2. Какие новые платформы создания и дистрибуции медиаконтента вы знаете, и как они изменили ландшафт медиа?
3. Чем отличаются мультимедийные форматы от традиционных жанров в современных СМИ? Приведите примеры.
4. Что такое лонгрид, какие его виды существуют, и в каких жанрах он чаще всего используется?
5. Как взаимодействие и синтез различных форматов влияет на качество медийного контента?
6. Какие новые технологии оказывают влияние на развитие новых форматов медиаконтента? Приведите конкретные примеры их применения в СМИ.

7. Что такое стримминг и как он используется в современных медиа?
8. Какие особенности интерактивного телевидения отличают его от традиционного формата?
9. Как гейм-стримминг влияет на индустрию развлечений и какие платформы наиболее популярны для этого формата?
10. В чем заключается преимущество использования инфографики в медиаконтенте? Приведите примеры её типов.
11. Как мобильное видео изменило подход к созданию и потреблению медиаконтента?
12. Какие технологии используются для создания коллажей и мозаичных изображений, и как они влияют на восприятие информации зрителями?
13. Что такое нативный текст и чем он отличается от традиционной рекламы в медиа?
14. Какую роль играют нативные тексты в современном медиапотреблении? Приведите примеры.
15. Какие основные признаки помогают идентифицировать нативный текст среди других видов контента?
16. Почему использование нативных текстов стало популярным в связи с развитием цифровых платформ и социальных медиа?
17. Каковы возможные этические соображения, связанные с использованием нативных текстов в журналистике и рекламе?
18. Какие методы оценки эффективности нативных текстов применяются на практике, и как они отличаются от методов оценки традиционного контента?

Тема занятия:

Раздел 2. Современные форматы медиа
Тема 2.1. Интертекстуальные и интерактивные форматы современных медиа. Маркетинговые и рекламные форматы
Тема 2.2. Иммерсивные форматы. Виртуальная и дополненная реальность.
Тема 2.3. Форматы социальных медиа (социальные сети, мессенджеры, стримплатформы)
Формы практических заданий: реферат, контрольная работа

Темы рефератов:

1. _Эволюция интерактивных медиаформатов: от статичного контента к динамическим платформам
2. _Иммерсивные технологии в медиа: применение виртуальной и дополненной реальности
3. _Социальные сети как платформа для новых форматов медийного контента
4. _Роль игровых элементов в просветительском медиаконтенте
5. _Интерактивное видео как инструмент привлечения аудитории
6. _Монетизация контента через партнерские программы и нативную рекламу
7. _Мессенджеры и их влияние на распространение новостей и информации
8. _Стриминг-платформы: эволюция видеоконтента в эпоху цифровизации
9. _Краудфандинг в медиаиндустрии: новые возможности финансирования проектов
10. Подкасты как современный формат аудиоконтента: тренды и перспективы развития
11. Влияние интерактивных карт и навигаторов на журналистику данных
12. Сторителлинг через динамические форматы: таймлайн, слоу-моушн и таймлапс
13. Флешмобы как средство массовой коммуникации и их роль в новом медиапространстве
14. Квесты и викторины в образовательных медиаформатах
15. Эффективность рекламы в социальных сетях: анализ современных стратегий продвижения

Вопросы к контрольной работе:

1. Что подразумевается под термином «интерактивные форматы» в современных медиа?
2. Какую роль играют интерактивные карты в развитии мультимедийного контента?
3. Объясните понятие «нативные тексты» и их значение в медиасреде.
4. В чём отличие партнёрских материалов от традиционной рекламы?
5. Как суггестивные тексты влияют на восприятие аудитории?
6. Какие преимущества предоставляет краудфандинг для современного медиаконтента?
7. Опишите процесс создания и распространения флешмобов в цифровой среде.
8. Какие ключевые особенности интерактивных онлайн-курсов делают их популярными среди пользователей?
9. Чем отличается формат 360-градусного видео от обычного видеоформата?
10. Как виртуальная реальность используется для создания иммерсивных медиаформатов?
11. Объясните, как дополненная реальность интегрируется в социальные сети.
12. Какие возможности предоставляет видеочат по сравнению с традиционными текстовыми чатами?
13. Какая роль у видеоигр в современных медийных ландшафтах и как они взаимодействуют с другими форматами контента?

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	**Вид самостоятельной работы**
Модуль 1 (Семестр 4)	
Раздел 1. Эволюция медийных форматов и жанров	Подготовка реферата
	Подготовка к контрольной работе
Раздел 2. Современные форматы медиа	Подготовка реферата
	Подготовка к контрольной работе

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень тем рефератов к Разделу 1:

1. Трансформация традиционных жанров в эпоху цифровизации: как изменяются классические журналистские жанры с появлением новых медиаформатов.
2. Развитие мультимедийных форматов в современной журналистике: Анализ влияния технологий на методы подачи информации.
3. Лонгрид как новый формат нарративной журналистики: Исследование особенностей и жанровых вариаций лонгридов.
4. Синтез форматов медиаконтента и его роль в привлечении аудитории: Взаимодействие текстовых, аудиовизуальных и интерактивных элементов.
5. Влияние новых технологий на развитие медийного контента: как инновации формируют современные медиаформаты.
6. Кликбейт как инструмент манипуляции вниманием аудитории: Этические аспекты использования кликбейтовых заголовков.
7. Эволюция комментария как формы взаимодействия с аудиторией: Роль комментариев в современных СМИ и социальных платформах.
8. Диалоги в медийном пространстве: от интервью до подкастов: Разновидности диалоговых форматов и их особенности.

9. Биография как инструмент повествования в цифровую эпоху: Изменения подходов к созданию биографических материалов онлайн.
10. История репортажа от печатной прессы до виртуальной реальности: Изучение трансформации репортажного жанра через призму технологий.
11. Карточки информации как метод структурирования данных для читателей: Преимущества использования карточек для представления сложной информации.
12. Роль флешмобов в современном медиапространстве: Способы организации и воздействия на общественное мнение через массовые акции онлайн.
13. Онлайн-курсы как новая форма образовательного контента СМИ: Исследование тенденций развития образовательных медиаформатов.
14. Партнерские материалы и нативная реклама в современных СМИ: Эффективность интегрированных маркетинговых коммуникаций через партнерский контент.
15. Развитие интерактивных карт в новостной журналистике - использование картографии данных для визуализации новостей

Вопросы к контрольной работе к Разделу 1:

1. Как трансформация традиционных жанров и форматов СМИ повлияла на потребление контента?
2. Какие новые платформы создания и дистрибуции медиаконтента вы знаете, и как они изменили ландшафт медиа?
3. Чем отличаются мультимедийные форматы от традиционных жанров в современных СМИ? Приведите примеры.
4. Что такое лонгрид, какие его виды существуют, и в каких жанрах он чаще всего используется?
5. Как взаимодействие и синтез различных форматов влияет на качество медийного контента?
6. Какие новые технологии оказывают влияние на развитие новых форматов медиаконтента? Приведите конкретные примеры их применения в СМИ.
7. Что такое стримминг и как он используется в современных медиа?
8. Какие особенности интерактивного телевидения отличают его от традиционного формата?
9. Как гейм-стримминг влияет на индустрию развлечений и какие платформы наиболее популярны для этого формата?
10. В чем заключается преимущество использования инфографики в медиаконтенте? Приведите примеры её типов.
11. Как мобильное видео изменило подход к созданию и потреблению медиаконтента?
12. Какие технологии используются для создания коллажей и мозаичных изображений, и как они влияют на восприятие информации зрителями?
13. Что такое нативный текст и чем он отличается от традиционной рекламы в медиа?
14. Какую роль играют нативные тексты в современном медиапотреблении? Приведите примеры.
15. Какие основные признаки помогают идентифицировать нативный текст среди других видов контента?
16. Почему использование нативных текстов стало популярным в связи с развитием цифровых платформ и социальных медиа?
17. Каковы возможные этические соображения, связанные с использованием нативных текстов в журналистике и рекламе?
18. Какие методы оценки эффективности нативных текстов применяются на практике, и как они отличаются от методов оценки традиционного контента?

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень тем рефератов к Разделу 2:

1. Эволюция интерактивных медиаформатов: от статичного контента к динамическим платформам
2. Иммерсивные технологии в медиа: применение виртуальной и дополненной реальности
3. Социальные сети как платформа для новых форматов медийного контента
4. Роль игровых элементов в просветительском медиаконтенте
5. Интерактивное видео как инструмент привлечения аудитории
6. Монетизация контента через партнерские программы и нативную рекламу
7. Мессенджеры и их влияние на распространение новостей и информации
8. Стриминг-платформы: эволюция видеоконтента в эпоху цифровизации
9. Краудфандинг в медиаиндустрии: новые возможности финансирования проектов
10. Подкасты как современный формат аудиоконтента: тренды и перспективы развития
11. Влияние интерактивных карт и навигаторов на журналистику данных
12. Сторителлинг через динамические форматы: таймлайн, слоу-моушн и таймлапс
13. Флешмобы как средство массовой коммуникации и их роль в новом медиапространстве
14. Квесты и викторины в образовательных медиаформатах
15. Эффективность рекламы в социальных сетях: анализ современных стратегий продвижения

Вопросы к контрольной работе по Разделу 2:

1. Что подразумевается под термином «интерактивные форматы» в современных медиа?
2. Какую роль играют интерактивные карты в развитии мультимедийного контента?
3. Объясните понятие «нативные тексты» и их значение в медиасреде.
4. В чём отличие партнёрских материалов от традиционной рекламы?
5. Как суггестивные тексты влияют на восприятие аудитории?
6. Какие преимущества предоставляет краудфандинг для современного медиаконтента?
7. Опишите процесс создания и распространения флешмобов в цифровой среде.
8. Какие ключевые особенности интерактивных онлайн-курсов делают их популярными среди пользователей?
9. Чем отличается формат 360-градусного видео от обычного видеоформата?
10. Как виртуальная реальность используется для создания иммерсивных медиаформатов?
11. Объясните, как дополненная реальность интегрируется в социальные сети.
12. Какие возможности предоставляет видеочат по сравнению с традиционными текстовыми чатами?
13. Какая роль у видеоигр в современных медийных ландшафтах и как они взаимодействуют с другими форматами контента?

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ИНФОРМАТИКА И ОСНОВЫ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.02 Журналистика

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Журналистика»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных

средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;

- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема лекционного занятия: Инструменты работы с текстовыми документами

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Форма представления текстовых данных в компьютере. Способы кодирования текстовой информации. Программы для работы с текстовыми документами. Форматы текстовых докумен-

тов. Порядок работы над документом. Правила набора и верстки документа с учетом дальнейшего использования. Структурирование документов. Параметры страниц. Параметры шрифта и абзаца. Понятия «связывание» и «внедрение» объектов. Режимы отображения документа. Назначение режима «Главный документ». Сложное форматирование документов. Таблицы. Графические объекты. Формулы. Рецензирование.

Тема лекционного занятия: Автоматизация работы с текстовыми документами

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Использование шаблонов для работы с типовыми документами. Работа со стилями и списками. Ссылки. Оглавление и указатели. Рассылки. Автозамена. Вставка полей и экспресс-блоков. Автоматизация работы с текстовыми документами с помощью макросов.

Тема лекционного занятия: Инструменты работы с табличными документами

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Форма представления числовых данных в компьютере. Компьютерные технологии обработки табличных данных. Программы для работы с табличными документами. Автоматизация процессов обработки данных. Основные методы оптимизации работы табличного процессора. Адресация в электронных таблицах. Фильтрация данных. Автоматизация поиска данных в таблицах. Работа с диаграммами. Защита табличных документов. Автоматизация работы с табличными документами с помощью макросов.

Тема лекционного занятия: Анализ данных в электронных таблицах

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Статистическая обработка данных. Построение графических зависимостей. Способы анализа данных в электронных таблицах. Списки и их использование для анализа табличных данных. Анализ данных с помощью сводных таблиц. Решение оптимизационных задач. Финансовые функции. Таблицы подстановки.

Тема лекционного занятия: Технологии создания презентаций

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Форма представления графических данных в компьютере. Основные типы презентаций. Создание базовой презентации. Приемы создания и обработки презентаций. Работа в программе в различных режимах (режимы обычный, сортировщик слайдов, показ слайдов, страницы заметок). Формирование слайдов с мультимедиа-объектами. Управление сменой слайдов. Эффекты анимации и управление ими. Значение портфолио. Принципы наполнения портфолио. Эффективность устной презентации.

Тема лекционного занятия: Сетевые и облачные технологии в автоматизации офиса

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Технологии цифровой экономики. Основные сквозные цифровые технологии и их влияние на традиционные сектора экономики. Системный подход при решении задач. Использование искусственного интеллекта. Типовые решения автоматизации офиса. Программное обеспечение (офисные программные приложения, прикладное программное обеспечение). Направления автоматизации деятельности офисов. Компьютерные сети. Адресация в компьютерных сетях. Информационная безопасность и цифровая гигиена. Обеспечение совместной деятельности. Информационные облачные технологии автоматизации офиса. Технологии современного офиса: интернет вещей, искусственный интеллект, параллельная работа с документами, удаленная работа, облачное хранение, VR и AR, 3-D печать. Обзор «облачных» архитектур. Автоматизация офисных приложений. Облачные технологии: Документы, Таблицы, Презентации, Формы. Совместный доступ. Настройка совместного доступа.

П.2.3. Методические материалы к лабораторным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема занятия: Инструменты работы с текстовыми документами

Форма практического задания: лабораторный практикум.

Задания лабораторного практикума:

1. Программные средства реализации информационных процессов.
2. Технологии создания и преобразования текстовых данных.
3. Технологии создания и преобразования текстовых данных.
4. Работа с дополнительными объектами, таблицами и графическими объектами документа.

Тема занятия: Автоматизация работы с текстовыми документами

Форма практического задания: лабораторный практикум.

Задания лабораторного практикума:

1. Технологии автоматизации обработки документов в текстовых процессорах.
2. Возможности текстового процессора по созданию и обработке больших документов сложной структуры.
3. Работа в режиме главного документа.
4. Технологии автоматизации обработки документов в текстовых процессорах.
5. Автоматизация работы с типовыми документами.

Тема занятия: Инструменты работы с табличными документами

Форма практического задания: лабораторный практикум.

Задания лабораторного практикума:

1. Принципы функционирования электронных таблиц.
2. Ввод, редактирование и форматирование данных в электронных таблицах.
3. Информационные технологии обработки числовой информации в электронных таблицах.
4. Вычисления, анализ и визуализация данных в электронных таблицах.

Тема занятия: Анализ данных в электронных таблицах

Форма практического задания: лабораторный практикум.

Задания лабораторного практикума:

1. Анализ данных в электронных таблицах.
2. Использование списков для анализа данных в электронных таблицах.
3. Анализ данных в электронных таблицах.
4. Изучение инструментов анализа данных.
5. Решение оптимизационных задач.

Тема занятия: Технологии создания презентаций

Форма практического задания: лабораторный практикум.

Задания лабораторного практикума:

1. Технологии создания компьютерных презентаций.
2. Создание интерактивных презентаций.
3. Заполнение электронного портфолио обучающегося РГСУ.

Тема занятия: Сетевые и облачные технологии в автоматизации офиса

Форма практического задания: лабораторный практикум.

Задания лабораторного практикума:

1. Глобальная компьютерная сеть Интернет.
2. Использование служб Интернета для решения практических задач.
3. Изучение Национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации».

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Продвинутые методы обработки текстовых документов	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Продвинутые методы обработки электронных таблиц	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 3. Информационно-коммуникационные технологии	Самостоятельное изучение материала раздела

Задания для самостоятельной работы

РАЗДЕЛ 1. Продвинутые методы обработки текстовых документов.

Вопросы для самоподготовки:

1. Способы управления свойствами символов текста.
2. Способы управления свойствами абзацев.
3. Способы управления свойствами страницы.
4. Понятие раздела документа, его свойства.
5. Колонтитулы и способы их создания.
6. Списки и их виды.
7. Понятие «Стиль» и возможности этой функции текстового процессора.
8. Сноски, назначение и виды.

9. Назначение закладок.
10. Назначение и способы создания примечаний.
11. Способы ввода информации об авторе примечаний при их создании.
12. Назначение и способы создания перекрестных ссылок.
13. Таблицы и способы их создания в текстовом процессоре.
14. Понятие «поля» и способы их использования для выполнения вычислений в документе.
15. Назначение, виды и способы создания диаграмм в документе.
16. Способы создания формул в тексте документа.
17. Виды графических объектов, создаваемых средствами текстового процессора и способы управления их свойствами.
18. Понятие «стиля». Способы создания и изменения стиля.
19. Технология OLE. Понятия «связывание» и «внедрение» объектов.
20. Создание связанных и внедренных объектов в текстовом документе.
21. Списки и способы их создания и форматирования.
22. Понятие «полей» (инструкций) и правила их формирования.
23. Правила набора текста с учетом дальнейшего использования при подготовке публикаций.

РАЗДЕЛ 2. Продвинутые методы обработки электронных таблиц.

Вопросы для самоподготовки:

1. Ознакомление с интерфейсом программы.
2. Освоение процедуры ввода данных в ячейки таблицы.
3. Использование средств, повышающих эффективность ввода данных.
4. Изучение основных приемов редактирования таблиц.
5. Форматирование текстовых данных.
6. Форматирование числовых данных.
7. Создание условных форматов и примечаний.
8. Состав рабочей книги табличного процессора и особенности объектов, входящих в него.
9. Создание рабочей книги. Технология работы с листами.
10. Ввод и редактирование данных (ввод чисел, ввод текста, ввод одного значения сразу в несколько ячеек, редактирование содержимого ячейки).
11. Особенности различных форматов данных, используемых в таблицах.
12. Ряды автозаполнения как средство автоматизации ввода данных в таблицы.
13. Правила создания формул в табличном процессоре.
14. Запись формул и порядок выполнения операций при вычислениях, заданных ими.
15. Ссылка как операнд формулы. Виды ссылок и особенности их использования для вычислений.
16. Использование мастера функций для ввода формул.
17. Синтаксис и правила использования статистических функций.
18. Синтаксис и правила использования логических функций.
19. Типы диаграмм и графиков, способы их построения.
20. Назначение диаграмм различных типов.
21. Объекты диаграмм (ряды данных, надписи, линии сетки, легенда).
22. Методы оформления диаграмм различного типа.

23. Списки и требования к их содержанию и оформлению.
24. Сортировка данных и способы ее осуществления (одноуровневая, многоуровневая).
25. Фильтры и их виды.
26. Сущность сводных таблиц и способы их создания.
27. Консолидация данных и способы ее осуществления, методы консолидации.
28. Функции прогнозирования, их назначение и применение.
29. Назначение метода Подбор параметра.
30. Круг задач, решаемых методом Подбор параметра.
31. Назначение метода Поиск решения.
32. Особенности задач, решаемых с помощью метода Поиск решения.
33. Способы задания ограничений для задач поиска решения.
34. Создание элементов управления на рабочем листе (списки, флажки).
35. Финансовые функции, их назначение, синтаксис, аргументы финансовых функций.
36. Правила создания формул с использованием финансовых функций в табличном процессоре.
37. Использование мастера функций для ввода формул.
38. Назначение, синтаксис и правила использования таблиц подстановки.
39. Использование одномерных и двумерных таблиц подстановки для анализа финансовых данных.

РАЗДЕЛ 3. Информационно-коммуникационные технологии.

Вопросы для самоподготовки:

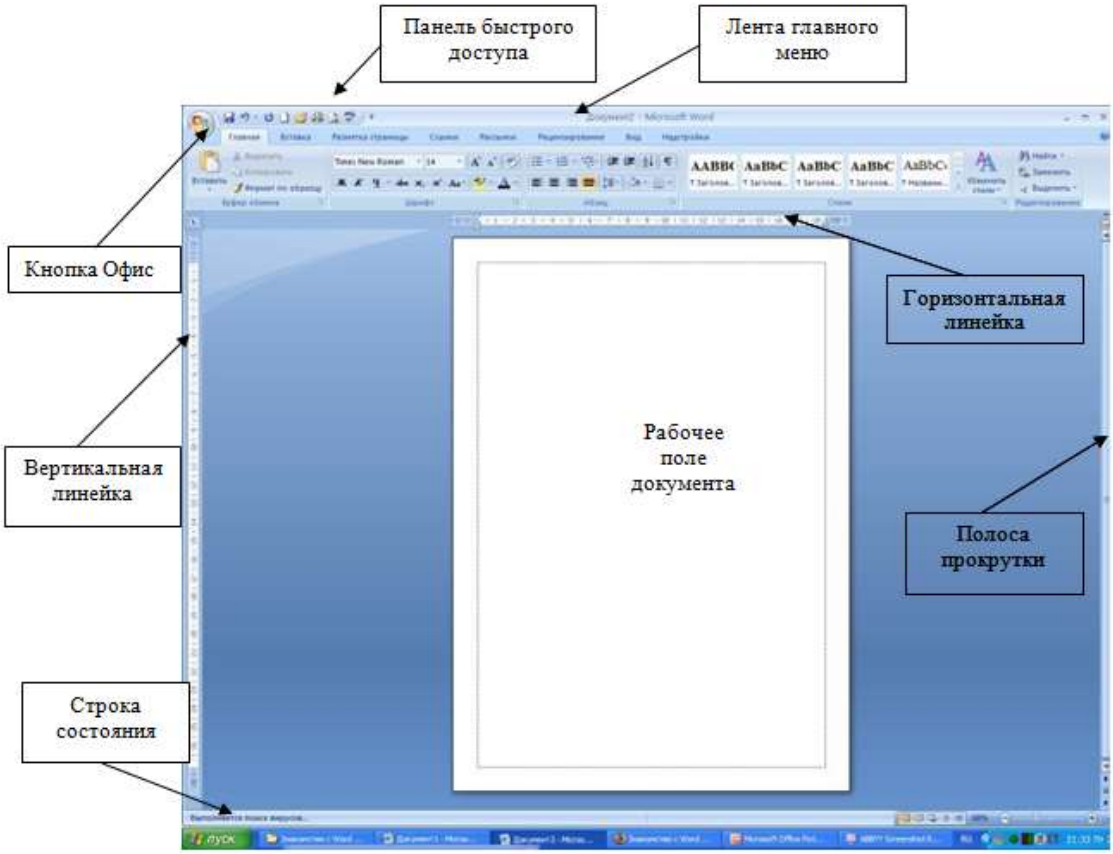
1. Функциональные возможности программ подготовки презентаций.
2. Режимы работы программ подготовки презентаций.
3. Методика проектирования презентаций.
4. Факторы эффективности устных выступлений.
5. Ключевые цели национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации».
6. Основные задачи программы «Цифровая экономика Российской Федерации».
7. Основные сквозные цифровые технологии программы «Цифровая экономика Российской Федерации».
8. Технологии в области работы с данными: искусственный интеллект, туманные вычисления, квантовые технологии, суперкомпьютерные технологии, технологии идентификации, математическое моделирование, технологии блокчейна, нейронные сети, киберфизические системы (cps), 3d-технологии (печать) или «аддитивное производство», роботизация, технологии открытого производства, беспилотные технологии, биометрические технологии.
9. Назначение, классификация и состав информационных технологий защиты информации.
10. Сетевые модели «облачных» сервисов.
11. Infrastructure-as-a-Service (IaaS).
12. Software-as-a-Service (SaaS). Преимущества и риски, связанные с SaaS. Область применения SaaS.
13. Platform-as-a-Service (PaaS).
14. Облачные сервисы.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Продвинутые методы обработки текстовых документов.

Тема 1.1. Инструменты работы с текстовыми документами.



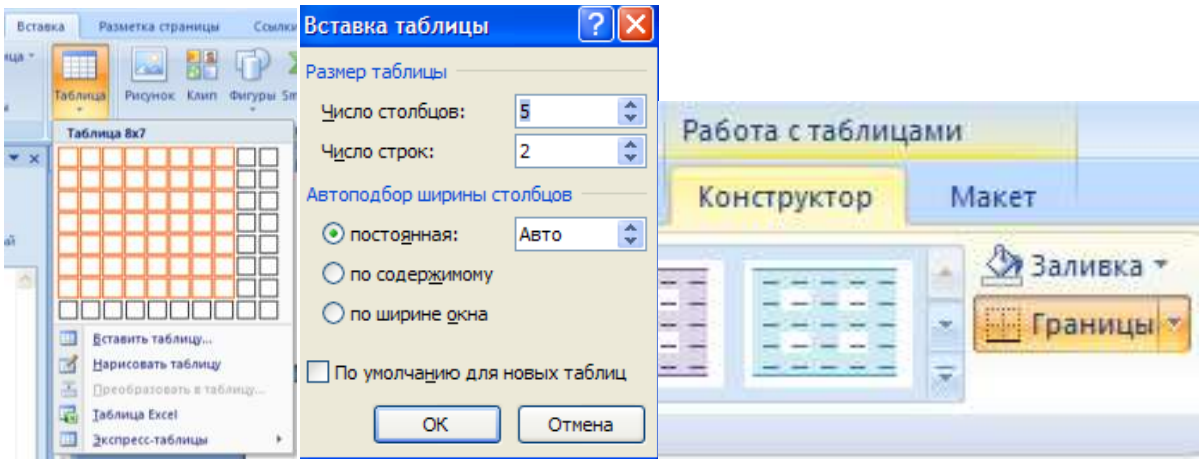


Тема 1.2. Автоматизация работы с текстовыми документами.

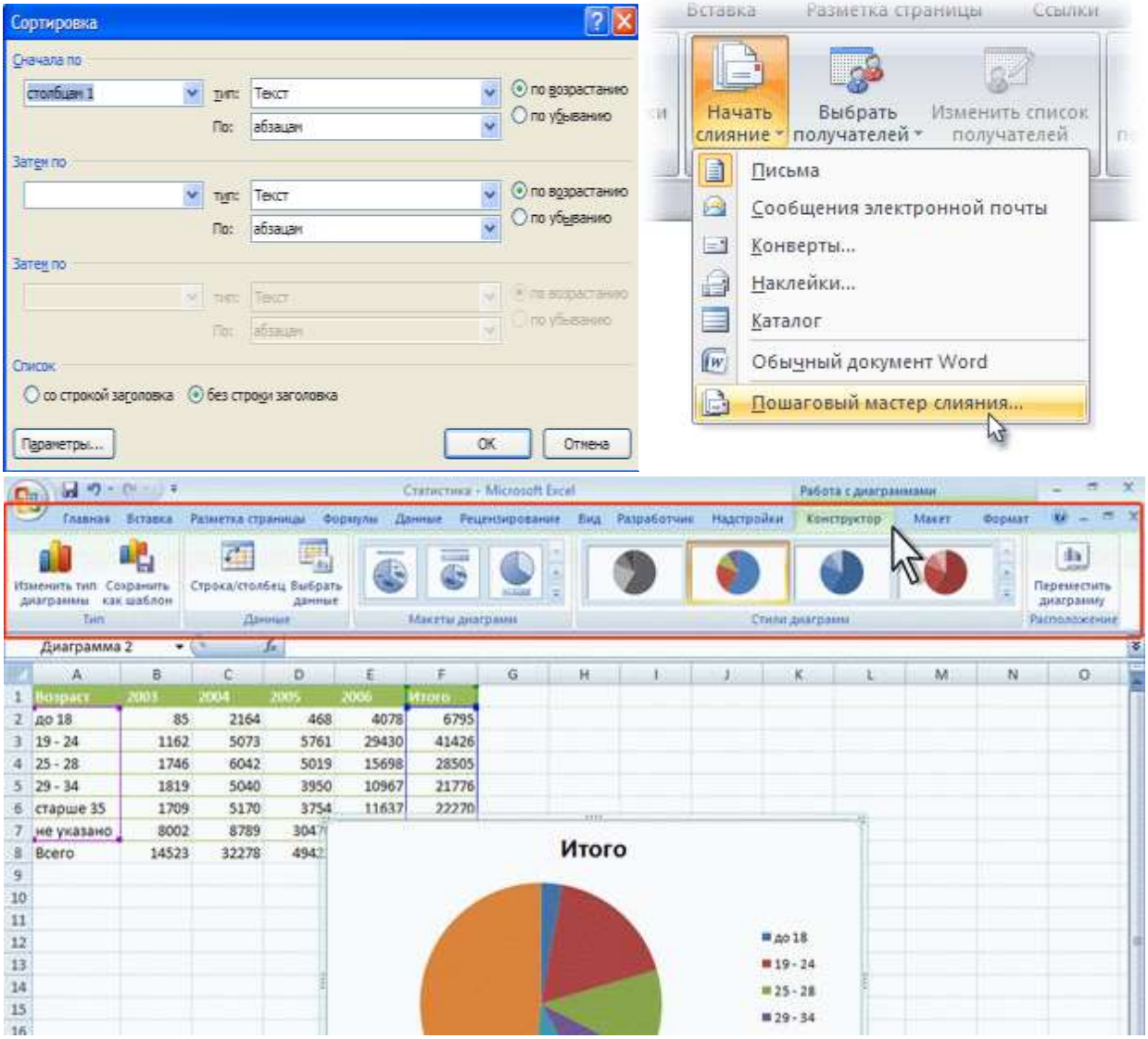


РАЗДЕЛ 2. Продвинутые методы обработки электронных таблиц.

Тема 2.1. Инструменты работы с табличными документами.

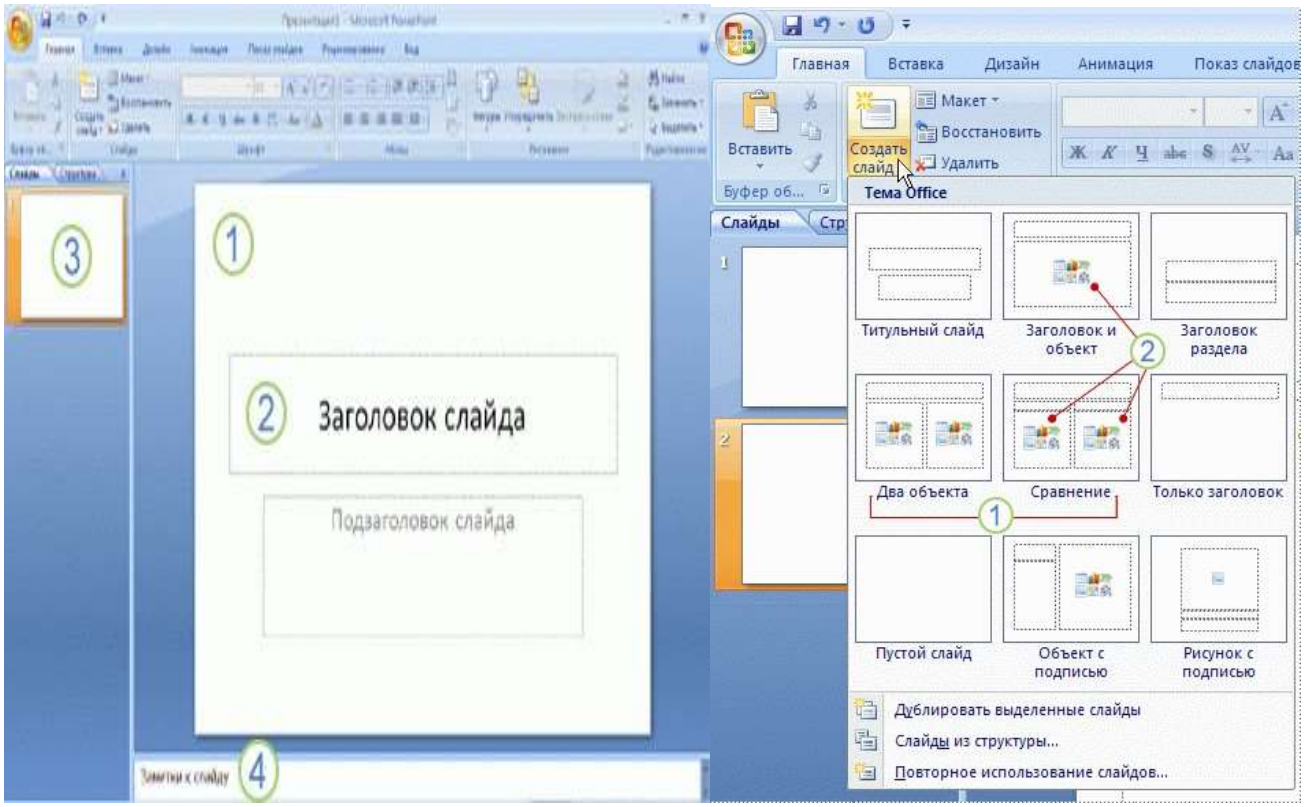


Тема 2.2. Анализ данных в электронных таблицах.



РАЗДЕЛ 3. Информационно-коммуникационные технологии.

Тема 3.1. Технологии создания презентаций.



Тема 3.2. Сетевые и облачные технологии в автоматизации офиса.



«Облачные технологии»



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) АДАПТИВНЫЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.02 Журналистика

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Журналистика»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных

средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;

- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема лекционного занятия: Особенности современных адаптивных информационных технологий

Цели занятия: Сформировать знания и умения в области современных адаптивных информационных технологий для решения прикладных задач

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Новые задачи педагогических коллективов в работе с обучающимся, относящимся к разным категориям лиц с ограниченными возможностями здоровья: создание атмосферы заинтересованности каждого обучающегося в работе группы; использование в ходе учебы дидактического материала и специальных устройств, наиболее доступных и значимых видов и форм учебного содержания.

Тема лекционного занятия: Использование адаптированной компьютерной техники

Цели занятия: Сформировать знания и умения применять программное обеспечение наиболее распространенных вариантов доступа к инклюзивному образованию

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Осуществление вызова на мобильный телефон через образовательную сеть «мобильное образование» или «m-обучение». Требование совместимости конкретной ассистивной технологии, например, слухового аппарата или других средств с мобильным телефоном. Специальные компьютерные учебные программы.

Тема лекционного занятия: Дистанционные образовательные технологии

Цели занятия: Получение представления о современном состоянии и структуре рынка адаптивных информационных ресурсов и технологий для осуществления коммуникаций при использовании дистанционных технологий

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Дистанционные образовательные технологии: проблемы, возможности, перспективы развития. Электронное обучение. Интернет курсы. Интернет тестирование. Интернет олимпиады. Использование адаптивных технологий в учебном процессе.

Тема лекционного занятия: Технические и программные средства телекоммуникационных технологий

Цели занятия: Получение представления об использовании современных технических и программных средств телекоммуникации

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Понятие о современных технических и программных средствах телекоммуникации. Технические средства создания электронных документов. Технологии распознавания текста и обработки файлов.

П.2.3. Методические материалы к лабораторным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема занятия: Особенности современных адаптивных информационных технологий

Цели занятия: Раскрыть сущность использования адаптивных информационных технологий

Формы практических заданий: дискуссии; аналитическое задание, практическая работа.

Вопросы к обсуждению:

1. Поиск информации.
2. Поисковые системы.
3. Правила формирования поисковых запросов.
4. Организация хранения файлов на дисках.
5. Резервное копирование данных.
6. Облачное хранение данных

Пример аналитического задания:

Провести анализ средств адаптации компьютерной техники (составить таблицу, построить диаграммы).

Пример практического задания:

С помощью адаптированной компьютерной техники (по нозологиям) выполнить:

а) поиск заданной информации в файловой системе и в сети Интернет;

б) копирование, перемещение, удаление и восстановление файлов;

в) копирование и вставку данных;

г) ввод данных (текстовые и табличные данные), вывод данных на печать;

д) настройку параметров операционной системы, прикладных программ (программ обработки текстовых и табличных данных, программ подготовки презентаций).

Тема занятия: Использование адаптированной компьютерной техники

Цели занятия: Сформировать представление об использовании адаптированной компьютерной техники для выполнения базовых информационных процессов

Формы практических заданий: дискуссии; аналитическое задание, практическая работа.

Вопросы к обсуждению:

1. Средства автоматизации работы с текстовыми данными.
2. Совместная работа с текстовыми документами.
3. Защита текстовых документов.
4. Средства анализа больших данных.
5. Автоматизация работы с электронными таблицами.
6. Совместная работа с табличными документами.
7. Защита табличных документов.
8. Сравнительная характеристика текстовых процессоров.
9. Сравнительная характеристика табличных процессоров.

Пример аналитического задания:

Провести анализ использования информационных технологий в профессиональной и научно-исследовательской деятельности пользователями с ограниченными возможностями здоровья.

Пример практического задания:

1. Задачи на обработку текстовых данных по предметной области, связанной с профессиональной деятельностью, с применением адаптированных средств.

2. Задачи на обработку табличных данных по предметной области, связанной с профессиональной деятельностью, с применением адаптированных средств.

3. Задачи по практической работе с библиографическими и реферативными базами данных.

Тема занятия: Дистанционные образовательные технологии

Цели занятия: Раскрыть возможности и сущность использования ДОТ

Формы практических заданий: дискуссии; аналитическое задание, практическая работа.

Вопросы к обсуждению:

1. Преимущества и недостатки дистанционных образовательных технологий.
2. Средства дистанционных образовательных технологий.
3. Сравнительная характеристика систем управления образовательным контентом.

Пример практического задания:

С помощью адаптационных средств разместить в указанный преподавателем раздел плана занятий учебного курса в электронной информационно-образовательной среде РГСУ материалы текущего и рубежного контроля по разделу.

Тема занятия: Технические и программные средства телекоммуникационных технологий

Цели занятия: Получение представления об использовании современных технических и программных средств телекоммуникации

Формы практических заданий: дискуссии; аналитическое задание, практическая работа.

Вопросы к обсуждению:

1. Адаптивные способы работы в текстовых процессорах.
2. Адаптивные способы работы в табличных процессорах.
3. Адаптивные возможности программ создания презентаций.
4. Адаптивные возможности обработки графической информации.

Пример аналитического задания:

Провести анализ состава и характеристик технических и программных средств телекоммуникационных технологий.

Пример практического задания:

Изучить и продемонстрировать средства адаптации информационного обмена (формы обратной связи, сообщения, форумы) официального сайта РГСУ, электронной информационно-образовательной среды РГСУ.

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Основы современных адаптивных информационных технологий	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
Раздел 2. Информационные и коммуникационные технологии как средства коммуникации	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Понятие «доступные ИКТ» как весь спектр ассистивных и основных технологий и форматов.
2. Состав «доступных ИКТ».
3. Базовые технологии (компьютеры и мобильные телефоны, содержащие встроенные специальные возможности);
4. Ассистивные технологии. Слуховые аппараты.
5. Программы чтения с экрана, адаптивные клавиатуры);
6. Форматы доступа (HTML-доступ, книги DAISY (информационная система цифрового доступа) и т.д.)
7. Прикладное программное обеспечение ассистивных технологий.
8. Совместимость слухового аппарата или других средств с мобильным телефоном.
9. Просмотр веб-сайта с помощью «программы чтения с экрана».
10. Использование альтернативных средств коммуникации.

Перечень тем рефератов к Разделу 1:

1. Интеграция ИКТ в инклюзивное образование.
2. Многоязычие: ключ к инклюзивному образованию в условиях информатизации общества.
3. Компьютеры и программное обеспечение: встроенные специальные возможности.
4. Мобильные телефоны: встроенные специальные возможности.
5. Слуховые аппараты: виды и характеристики.
6. Программы чтения с экрана.
7. Адаптивные клавиатуры.
8. HTML-доступ, книги DAISY.
9. Информационная система цифрового доступа.
10. Информационный рынок: определение, становление, современное состояние.
11. Современные экономические условия информатизации российского общества.
12. Современные социальные условия информатизации российского общества.
13. Современные культурные условия информатизации российского общества.
14. Роль библиотек в построении образования информационного общества.
15. Программные технологии Интернет-телефонии.
16. Аппаратные технологии Интернет-телефонии.
17. Средства адаптации для работы с текстовыми документами.
18. Средства адаптации для работы с табличными документами.
19. Средства адаптации для подготовки презентаций.
20. Адаптированные документ-камеры. Сканирование документов.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Дистанционные образовательные технологии: проблемы, возможности, перспективы развития.
2. Понятие электронного обучения.
3. Зарегистрироваться в Российской Научной электронной библиотеке.

4. Изучить «Руководство пользователя» Российской Научной электронной библиотеки (http://elibrary.ru/manual_elibrary_for_user.pdf).

5. Настроить свой персональный профиль. Изучить работу поисковой системы.

6. Роль сетевых технологий в формировании современной информационной среды.

7. Создание безбарьерной среды с использованием ИКТ в условиях образования учащихся с особыми образовательными потребностями.

8. Интернет курсы.

9. Интернет тестирование.

10. Интернет олимпиады.

11. Использование адаптивных технологий в учебном процессе

12. Информационный рынок: определение, становление, современное состояние. Рынок адаптивной образовательной информации.

13. Телекоммуникационные технологии: этапы эволюции.

14. Определение понятий «электронная библиотека», «цифровая библиотека», «виртуальная библиотека», «медиатека».

15. Объективные предпосылки создания и этапы развития электронных библиотек.

Перечень тем рефератов к Разделу 2:

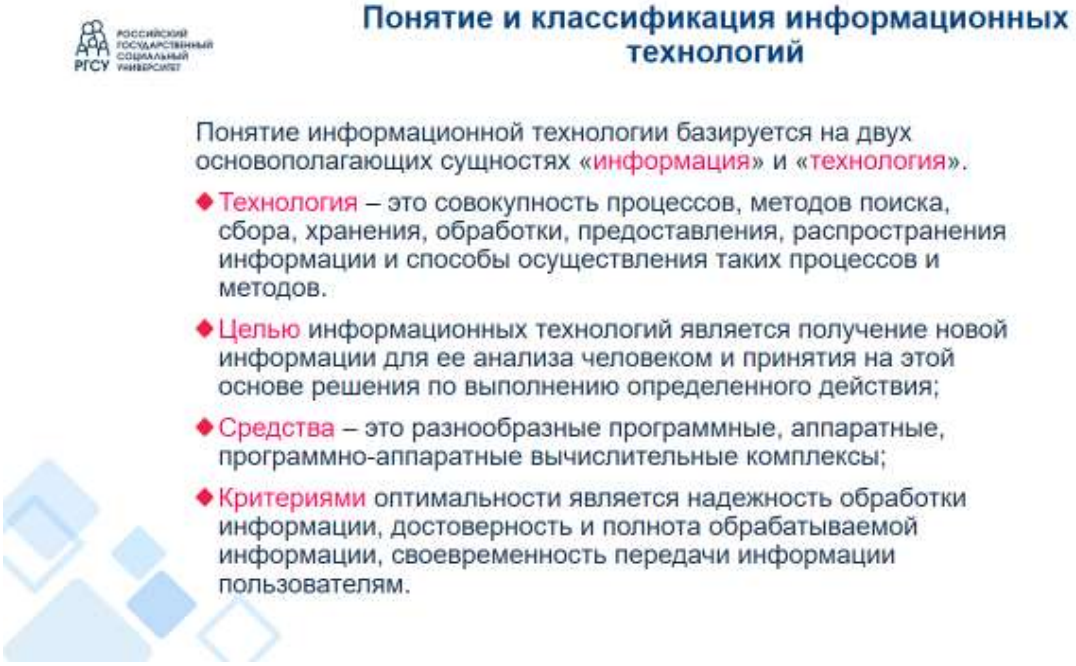
1. Перспективы развития адаптивных информационных технологий.
2. Информационная безопасность и защита информации: определения и генезис.
3. Технологии виртуальной реальности в адаптивных задачах.
4. Технологии дополненной реальности в адаптивных задачах.
5. Адаптивные возможности программных и технических средств презентационных технологий.
6. Технологии распознавания текста и обработки файлов.
7. Системы управления контентом.
8. Обзор практик организации дистанционного обучения.
9. Структура и инструментарий учебного курса в ЭИОС РГСУ.
10. Современные технологии передачи электронной информации в Интернет.
11. Технические средства телекоммуникационных технологий.
12. Программные средства телекоммуникационных технологий.
13. Почтовые клиенты: обзор.
14. Технологии работы с электронной почтой.
15. Рассылка документов средствами офисных программ.
16. Системы электронного документооборота.
17. Назначение и сущность технологии телеконференций.
18. Вебинары. Системы обеспечения и проведения вебинаров.
19. Состав технологических операций при проведении телеконференции в режимах on-line и off-line.
20. Использование систем искусственного интеллекта для развития адаптивных информационных технологий.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Основы современных адаптивных информационных технологий.

Тема 1.1. Особенности современных адаптивных информационных технологий.





Тема 1.2. Использование адаптированной компьютерной техники.





РАЗДЕЛ 2. Информационные и коммуникационные технологии как средства коммуникации.

Тема 2.1. Дистанционные образовательные технологии.





Тема 2.2. Технические и программные средства телекоммуникационных технологий.

АДАПТИВНОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

- признаки интеллектуальных систем адаптивного обучения:
- - возможность создавать автоматизированные процессы, которые сокращают количество ручных процессов обучения;
- - возможность создавать последовательную прогрессию навыков и компетенций;
- - возможность использовать комбинации контрольных, диагностических и формирующих оценок для более оперативной и непрерывной оценки, возможность собирать, вычислять и оценивать данные;
- - способность самоорганизовывать информацию и данные в результате умозаключений для формирования постоянной и устойчивой обратной связи в цикле преподавания и обучения.



АДАПТИВНОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

- четыре типа и варианта систем адаптивного обучения:

адаптивные системы на основе машинного обучения;	усовершенствованные алгоритмические адаптивные системы;
адаптивные системы на основе правил;	адаптивные системы на основе дерева решений.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Основы военной подготовки

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.02 Журналистика

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Журналистика»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных

средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;

- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Военно-политическая подготовка

Цели:

- сформировать представление о геополитическом положении России в современном мире;

- раскрыть основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития страны;

- раскрыть цели, задачи и принципы военно-политической работы;

- сформировать представление о направлениях, формах, средствах и методах военно-политической работы в ВС РФ.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1	В последние годы на фоне глобальных перемен и противоречий Россия старается сохранить свои интересы и обеспечить национальную безопасность, одновременно продвигая свои инициативы на международной арене. Россия является одним из главных участников международного сообщества и занимает особое место в современном мире. Разработка новых технологий и научных исследований продолжают быть ключевыми приоритетами страны. В обновлённой Концепции внешней политики Российской Федерации (утверждена Указом Президента России 31 марта 2023 года) расставлены приоритеты для действий России на международной арене в XXI веке.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

РАЗДЕЛ 2. Правовая подготовка

Цели:

1 . Рассмотреть правовую систему и военное законодательство Российской Федерации.

2. Сформировать понимание главных положений военной доктрины Российской Федерации.

3. Ознакомиться с нормативными документами в области обеспечения обороны государства и прохождения военной службы

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1	Военная доктрина Российской Федерации представляет собой систему официально принятых в государстве взглядов на подготовку к вооруженной защите и вооруженную защиту Российской Федерации. В Военной доктрине на основе анализа военных опасностей и военных угроз Российской Федерации и интересам ее союзников сформулированы основные положения военной политики и военно-экономического обеспечения обороны государства. Правовую основу Военной доктрины составляют Конституция Российской Федерации, общепризнанные принципы и нормы международного права и международные договоры Российской Федерации в области обороны, контроля над вооружениями и разоружения, федеральные конституционные законы, федеральные законы, а также нормативные правовые акты Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации. Положения Военной доктрины могут уточняться с изменением характера военных опасностей и военных угроз, задач в области обеспечения обороны и безопасности, а также условий развития РФ.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
Тема 2	В соответствии с Федеральным законом от 27.05.2003 N 58-ФЗ «О системе государственной службы Российской Федерации»: военная служба - вид федеральной государственной службы, представляющей собой профессиональную служебную деятельность граждан на воинских должностях или не на воинских должностях в случаях и на условиях, предусмотренных федеральными законами и (или) нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, в Вооруженных Силах РФ, других войсках, воинских (специальных) формированиях и органах, осуществляю-	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

	щих функции по обеспечению обороны и безопасности государства. Таким гражданам присваиваются воинские звания. В соответствии с Федеральным законом от 28.03.1998 N 53-ФЗ «О воинской обязанности и военной службе»: для военнослужащих устанавливаются военная форма одежды и знаки различия. Военная форма одежды и знаки различия по воинским званиям военнослужащих Вооруженных Сил Российской Федерации, других войск, воинских формирований и органов утверждаются Президентом Российской Федерации.	

РАЗДЕЛ 3. Общевоинские уставы ВС РФ

Цели:

1.Ознакомить обучающихся с положениями Устава внутренней службы ВС РФ (УВС) о внутреннем порядке, распределении времени и порядке размещения военнослужащих.

2.Рассмотреть положения УВС о внутреннем наряде, его назначении, составе и обязанностях дежурного и дневального по роте.

3.Формировать сознательное отношение к освоению и выполнению требований Устава внутренней службы ВС РФ.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1	Общевоинские Уставы ВС РФ определяют: - общие права и обязанности военнослужащих Вооружённых Сил и взаимоотношения между ними, - обязанности основных должностных лиц полка и его подразделений, а также правила внутреннего порядка. Настоящим Уставом руководствуются военнослужащие органов военного управления, воинских частей, кораблей, предприятий, организаций Вооруженных Сил Российской Федерации, в том числе военных профессиональных образовательных организаций, военных образовательных организаций высшего образования Министерства обороны Российской Федерации (далее - воинские части), и лица гражданского персонала, замещающие воинские должности. Положения Устава, в том числе обязанности основных должностных лиц полка и его подразделений, в равной степени относятся к военнослужащим всех воинских частей и подразделений. Обязанности должностных лиц, не указанных в Уставе, определяются соответствующими положениями, наставлениями, инструкциями и руководствами.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

РАЗДЕЛ 6 Основы тактики общевойсковых подразделений. Общевоинские уставы ВС РФ

Цели:

- Разъяснить обучающимся понятие «Вооруженные Силы Российской Федерации», раскрыть их состав, структуру и задачи, а также законодательные основы их оперативного применения.
- Изложить обучающимся назначение, структуру мотострелковых и танковых подразделений сухопутных войск ВС РФ, их задачи в бою.
- Представить основные образцы вооружения и техники видов и родов войск ВС РФ, изложить их базовые тактико-технические характеристики.
- Изучить сущность современного общевойскового боя, его характеристики и виды.

- Изучить способы ведения современного общевойскового боя и средства вооруженной борьбы.

- Представить обучаемым организацию, основное вооружение, боевую технику подразделений мотопехотного и танкового батальонов армии США и ФРГ.

- Воспитывать у студентов гордость за принадлежность к Российской Федерации и уважение к ее Вооруженным Силам, а также формировать и развивать у них обоснованную и осознанную уверенность в способности подразделений Вооруженных Сил Российской Федерации уничтожать и побеждать вероятного противника на поле боя.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1	Для Российской Федерации, с ее территориальными просторами и природными богатствами, наличие современных вооруженных сил является жизненно важным фактором обеспечения ее суверенитета и территориальной целостности. Вооруженные силы Российской Федерации (ВС РФ), как важнейший элемент в структуре военной организации государства, ядро вооруженной организации государства, составляющий основу обороны РФ, имеют определяемое федеральным законодательством предназначение, в соответствии с которым на них возлагаются конкретные задачи, реализация которых предусматривается на территории РФ и за ее пределами, как в мирное, так и в военное время, а также в период непосредственной угрозы военного нападения на Российскую Федерацию или ее союзников. Вооруженные Силы РФ состоят из центральных органов военного управления, объединений, соединений, воинских частей и организаций, которые входят в виды и рода войск Вооруженных Сил РФ, в Тыл Вооруженных Сил РФ и в войска, не входящие в виды и рода войск Вооруженных Сил РФ. В настоящее время Вооруженные Силы Российской Федерации структурно состоят из *трех видов ВС*: Сухопутные войска (СВ); Воздушно - космические силы (ВКС); Военно-морской флот (ВМФ); и *двух родов войск ВС*: Ракетные войска стратегического назначения (РВСН); Воздушно-десантные войска (ВДВ); Учитывая, что ВС РФ, наряду с обычным вооружением, оснащены еще и высокоточным оружием большой дальности, а также ядерным оружием межконтинентальной дальности и большой мощности, весь состав Вооруженных Сил РФ *подразделяют* на: ***Стратегические силы сдерживания и Силы общего назначения.*** Сухопутные войска являются самым многочисленным видом Вооруженных Сил и составляют основу группировок войск на стратегических направлениях Основными тактическими подразделениями мотострелковых и танковых частей сухопутных войск выступают мотострелковый батальон (*мсб*) и танковый батальон (*тб*). Указанные батальоны организационно входят в состав мотострелковой/танковой бригады, и, в свою очередь, состоят из мотострелковых/танковых рот и взводов.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
Тема 2	В настоящее время основными (наиболее распространенными) образцами вооружения и техники в видах и родах войск ВС РФ являются: *Сухопутные войска*:- стрелковое оружие различного назначения; - танки Т-72, Т-80, Т-90; - боевые машины пехоты БМП-1, БМП-2, БМП-3; - бронетранспортёры БТР-70, БТР-80, БТР-90; - бронеавтомобили ГАЗ-2975 «Тигр», - самоходная и буксируемая ствольная артиллерия; - реактивные системы залпового огня БМ-21, БМ-27, БМ-30, ТОС-1;- тактические ракетные комплексы Точка и Искан-	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

	дер;- системы ПВО Бук, Тор, Панцирь-С1, С-300, С-400. *Воздушно-космические силы*: - космические ракеты-носители и РЛС большой дальности; - самолеты различных типов и назначения (стратегические и фронтовые бомбардировщики, истребители, штурмовики, военно-транспортные самолеты, боевые и транспортные вертолеты); - зенитная ракетная система большой дальности С-400 Триумф. *Военно-Морской Флот*: В составе надводных сил: - авианесущий крейсер; - ракетные крейсера; - эскадренные миноносцы - большие противолодочные корабли;- корветы; - морские тральщики и базовые тральщики;- десантные корабли. В составе подводных сил: - многоцелевые торпедные корабли; - подводные ракетоносцы; - ракетные крейсера стратегического назначения. *Ракетные войска стратегического назначения*: подвижные (мобильные) и стационарные (шахтные) ракетные комплексы «Тополь-М», «Ярс», «Стилет» «Воевода». *Воздушно-десантные войска:* Боевая машина десанта БМД-2, БМД-3, БМД-4 Широкое распространение получили, практически во всех видах и родах войск ВС РФ беспилотные летательные аппараты (БПЛА) различного типа и предназначения (ударные, разведывательные, связи,, сопровождения) , основными из которых можно назвать БПЛА «Ланцет» и «Герань-2» Боевая техника и вооружение Российской Армии постоянно совершенствуется и обновляется, появляются новые виды и типы вооружения, в том числе оружие на новых физических принципах (ОНФП). В частности лазерные и высокочастотные электромагнитные комплексы для борьбы с различными высокотехнологичными видами вооружения противника.	
Тема 3	Бой – основная форма боевых действий, представляющая собой согласованные по цели, месту и времени удары, огонь и маневр соединений, воинских частей и подразделений в целях уничтожения (разгрома) противника, отражения его ударов и выполнения других задач в ограниченном районе в течение короткого времени. Составляющие боя включают: Удар – составная часть боя, заключающаяся в одновременном и кратковременном поражении группировок войск и объектов противника путем мощного воздействия на них всеми имеющимися средствами поражения или наступлением войск (удар войсками). Удары могут быть: в зависимости от применяемых средств - ядерные (ракетно-ядерные), огневые (ракетные, ракетно-артиллерийские, авиационные, торпедные) и удары войсками; по количеству участвующих средств и поражаемых объектов - массированные, групповые и одиночные; по времени нанесения - одновременные и последовательные; в зависимости от готовности противоборствующих сторон к применению оружия и его досягаемости - упреждающие, ответно-встречные и ответные. Огонь – поражение противника из различных видов оружия. Маневр – организованное передвижение (перемещение) подразделений на новое направление (рубеж, район) в целях занятия выгодного положения, вывода войск из-под ударов противника, а также перенос, сосредоточение усилий и огня оружием или распределение огня в целях наиболее эффективного поражения целей и объектов противника. Маневр осуществляется подразделениями и огнем.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением
Тема 5	Наиболее технически оснащенными и тактически подготовленными среди многонациональных вооруженных сил стран участников НАТО эксперты отмечают подразделения армий США и ФРГ. Мо-	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

	топехотные (*мпб*) и танковые (*тб*) батальоны армий этих стран, а также их штатное вооружение следует рассматривать в качестве наиболее вероятного противника и применяемого им вооружения в тактическом звене в случае вооруженного противостояния на поле боя. *Мотопехотный батальон армии США*: является основным боевым тактическим подразделением бригады, может использоваться для формирования на его базе батальонной тактической группы и выполнять задачу по непосредственному уничтожению противника в различных видах боя (оборона, наступление и др.). Имеет в своем составе боевые и обеспечивающие подразделения на вооружении которых имеются: - 5,56-мм автоматическая винтовка М16А1 (М16А2); - ПТУР «Тоу»; - ПТУР «Джавелин»;- ПТУР «Дракон»; - 120-мм, самоходный миномет; - Боевая машина пехоты (БМП) М2 Брэдли; - Боевая разведывательная машина (БРМ) М3- Брэдли‖. *Танковый батальон армии США* является основным боевым ударным подразделением бригады, может служить базой для развертывания батальонной тактической группы и выполняет основную задачу по непосредственному уничтожению противника в ближнем бою. Танковый батальон используется, главным образом, для ведения стремительных высокоманевренных наступательных действий, для развития успеха, расчленения и уничтожения обороняющихся группировок противника и его преследования. Основным боевым танком *тб* армии США является танк М1 «Абрамс» *Мотопехотный батальон армии ФРГ* считается боевой тактической единицей сухопутных войск, входит в состав мотопехотной бригады и предназначен для ведения различных видов боевых действий: наступления, обороны, сдерживания и др. В его составе предусмотрены боевые подразделения на колесной и гусеничной боевой технике, а также обеспечивающие подразделения. На вооружении *мпб* армии ФРГ имеется: БМП «Мардер-1А3», БТР «Фукс», БРЭМ «Стандарт», ПУ ПТУР «Милан-2», 44-мм РПГ «Лянце», 7,62-мм единый пулемет MG-3, 7,62-мм автоматическая винтовка G-3, 5,56-мм пистолет –пулемет НК53, 9-мм пистолет «Вальтер». *Танковый батальон армии ФРГ:* рассматривается военным командованием в качестве основного подразделения, обеспечивающего главную ударную силу мотопехотных и танковых частей и соединений в различных видах боя. На вооружении *тб* армии Германии состоят танки «Леопард-1» и «Леопард -2» различной модификации.	

РАЗДЕЛ 7. Радиационная, химическая и биологическая защита

Цели:

- сформировать представление о ядерном, химическом, биологическом, зажигательном видах оружия, а также об оружии, основанном на новых физических принципах;

- раскрыть основные поражающие факторы ядерного взрыва и их воздействие на организм человека, вооружение, технику и фортификационные сооружения.

- сформировать представление о средствах доставки и способах применения ядерного, химического, биологического и зажигательного видох оружия, сформировавшейся классификация боевых отравляющих веществ

- раскрыть возможности поражающего действия химического, биологического и зажигательного видов оружия на личный состав, вооружение и военную технику, средства и способы защиты от него.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1	Изменения, произошедшие в последние годы в международной политической жизни, не привели к укреплению стабильности в мире. Хотя опасность развязывания глобальной войны с широким применением ОМП сведена до минимума, но возросла возможность развязывания и ведения военных действий на региональном уровне, в ходе локальных войн и вооруженных конфликтов различной интенсивности, а также применения различными террористическими группировками радиоактивных, отравляющих веществ и биологических средств. В военных доктринах США и их союзников по блоку НАТО важная роль отводится ОМП - оружию, способному при ограниченном расходе сил и средств наносить массовые поражения живой силе, разрушать вооружение и военную технику и влиять на изменения окружающей среды. Развитие ядерной энергетики, химической и микробиологической промышленности во многих странах мира в последние годы создало реальную угрозу радиоактивного, химического и биологического заражения больших территорий не только в случае применения ОМП, но и при разрушении (авариях) объектов ядерно-технического цикла, химически и биологически опасных объектов. Кроме того, многие страны продолжают искать пути военного превосходства, активными исследованиями в наукоемких областях, модернизируя имеющиеся виды оружия (вооружения) и изобретая новые, в том числе относящиеся по масштабам разрушений и воздействию на личный состав к ОМП. При этом оружие, основанное на новых физических принципах, практически не поддается международному контролю. Все это свидетельствует об особой значимости боевого обеспечения, и как его составляющей - радиационной, химической и биологической защите, направленной на сохранение боеспособности войск и успешное выполнение ими поставленных задач в условиях ведения боя. Очевидно, что преждевременно и недопустимо ослаблять усилия в подготовке войск к действиям в условиях радиоактивного, химического и биологического заражения. Решающим звеном для выполнения боевой задачи в этих условиях будет быстрая, объективная оценка и учет командирами всех степеней радиационной, химической и биологической обстановки, ликвидация в короткие сроки последствий применения противником ядерного и химического оружия. При этом исключительно важное значение будет иметь своевременное и правильное использование вооружения и средств РХБ защиты, в том числе и подразделений специальных войск.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

РАЗДЕЛ 8. Военная топография

Цели:

– освоение основных теоретических положений картографии и топографии для подготовки к будущей военной службе;

– изучение назначения, классификации и геометрической сущности топографических карт, принципов их разграфки и номенклатуры;

– получение практических навыков в осуществлении основных измерений по топокартам, чтении топокарт, ориентировании на местности по картам и без них;

– формирование определенных навыков в работе с топокартами и соответствующими измерительными инструментами.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1	Военная топография как военно-научная дисциплина является составной частью военной науки. В своем развитии она наиболее тесно связана с тактикой, теорией и практикой топографического обеспечения боевых действий войск. Содержание военной топографии включает способы изучения и оценки тактических свойств местности, ориентирование на ней по топографическим и специальным картам, а также различные приемы полевых измерений. Знание способов изучения местности, практические навыки в ориентировании на ней в различных условиях, днем и ночью, в условиях ограниченной видимости, способствуют правильному использованию благоприятных свойств местности для достижения успеха в бою, помогает быстро и уверенно ориентироваться и выдерживать заданное направление движения на карте и в ходе боя.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

РАЗДЕЛ 9. Основы военно-медицинской подготовки

Цели:

- сформировать представление об организации медицинского обеспечения войск (сил) ВС РФ в мирное и военное время;

- раскрыть виды ранений и травм на поле боя, а также методы и способы оказания первой помощи;

- сформировать представление о средствах оказания первой медицинской помощи раненым и их эвакуации с поля боя.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1	*В 2019 году в Федеральный закон от 31.05.1996 № 61-ФЗ "Об обороне" была введена статья 17.1. Медицинское обеспечение Вооружённых Сил Российской Федерации, других войск, воинских формирований и органов.* Медицинское обеспечение Вооружённых Сил РФ, других войск, воинских формирований и органов осуществляется в соответствии с настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации. В соответствии с требованиями данной статьи Министерством обороны РФ формируются перечни государственных услуг, оказание и выполнение которых предусмотрено в целях медицинского обеспечения названных структур в условиях военного времени, ведения военных (боевых) действий, выполнения боевых (учебно-боевых), служебно-боевых (оперативно-служебных) задач в области обороны.	Интерактивная лекция с мультимедийным сопровождением

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Военно-политическая подготовка

Цели:

- формировать способность адекватного анализа современной военно-политической ситуации в мире;

- формировать понимание многостороннего развития РФ;

- закрепить знание целей и задач военно-политической работы в ВС РФ;

- закрепить знания средств и методов военно-политической работы в ВС РФ.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Современная военно-политическая ситуация в мире. 2. Россия в многополярном мире. 3. Основные направления социально-экономического развития РФ. 4. Основные направления политического развития РФ. 5. Основные направления военно-технического развития РФ. 6. СВО: причины, цели и задачи. 7. Промежуточные результаты СВО. 8. Санкционная политика Запада в отношении России.	Дискуссия
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:** 1. Система военно-политической работы в ВС РФ. 2. Цели и задачи военно-политической работы в ВС РФ. 3. Силы и средства военно-политической работы в ВС РФ. 4. Принципы военно-политической работы в ВС РФ. 5. Формы и методы военно-политической работы в ВС РФ. 6. Функции военно-политических органов в ВС РФ.	Дискуссия

РАЗДЕЛ 2. Правовая подготовка

Цели:

- рассмотреть правовую систему и военное законодательство Российской Федерации.

- сформировать понимание главных положений военной доктрины Российской Федерации.

- ознакомиться с нормативными документами в области обеспечения обороны государства и прохождения военной службы

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Структура военного законодательства Российской Федерации? 2. Федеральные законы «О воинской обязанности и военной службе», «О статусе военнослужащих» - правовая основа организации военной службы. 3. Структура федерального закона «О воинской обязанности военной службы». 4. Понятие и содержание воинской обязанности? 5. Понятие военной службы ее виды. Призыв и прохождение военной службы по призыву и по контракту. 6. Исполнение обязанностей военной службы. 7. Обязательная и добровольная подготовка к прохождению военной службы?	Дискуссия

	8. Приведение к военной присяге граждан России и принятие обязательства иностранными гражданами, поступившими на военную службу в Российской Федерации. 9. Воинские должности. Составы военнослужащих и воинские звания. 10. Обязанности граждан по воинскому учету.	

РАЗДЕЛ 3. Общевоинские уставы ВС РФ.

Цели:

- Научить студентов положениям УВС о внутреннем наряде, его назначении, составе и обязанностях дежурного и дневального по роте.

- Научить студентов положениям УГиКС.

- Формировать сознательное отношение к освоению и выполнению требований общевоинских уставов ВС РФ.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Что такое внутренний порядок? 2. Чем достигается внутренний порядок? 3. С какой целью назначается суточный наряд роты? Кто входит в его состав? 4. Кто назначается дежурным по роте? За что отвечает и кому подчиняется дежурный по роте? 5. Кто назначается дневальным по роте? За что отвечает и кому подчиняется дневальный по роте? 6. Перечислите обязанности дневального по роте. 7. Что запрещается очередному дневальному? 8. Что должны знать и настойчиво добиваться все лица суточного наряда? 9. Что не имеют права делать лица суточного наряда без разрешения дежурного по полку? 10. Что должен сделать дежурный по роте по прибытии в подразделение командира другой роты?.	Дискуссия
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:** 1. В чем заключаются общие положения Устава гарнизонной и караульной службы. 2. Что называется караулом, его состав, назначение и виды? 3. Чем отличается гарнизонный караул и внутреннего? 4. Кто назначается для охраны и обороны кораблей Военно-Морского Флота и каким нормативным документом определен порядок несения ими караульной службы? 5. Кому подчиняются гарнизонный и внутренний караулы и с какого момента они переходят в подчинение этим должностным лицам? 6. Назовите обязанности часового? 7. Что запрещается часовому? 8. Назовите обязанности разводящего? 9. Чем должен быть вооружен караул и в какой форме одежды должен нести службу? 10. Когда и как производится заряжание и разряжание оружия в карауле?	Дискуссия

РАЗДЕЛ 4. Строевая подготовка.

Цели:

- Научить студентов основным положениям Строевого устава Вооруженных Сил Российской Федерации.

- Научить студентов правильному выполнению строевых приемов на месте и в движении.

- Воспитывать у студентов дисциплинированность, внимательность, слаженность и исполнительность.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Строй и его элементы. 2. Виды строя. 3. Сигналы для управления строем. 4. Команды и порядок их подачи. 5. Обязанности командиров, военнослужащих перед построением и в строю. 6. Строевой расчет. 7. Строевая стойка.	Практическое занятие. Практическая отработка строевых приемов на месте и в движении
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:** 1. Выполнение команд: "Становись", "Равняйсь", "Смирно", "Вольно", "Заправиться". 2. Повороты на месте. 3. «Строевой шаг». 4. «Движение одиночным строевым шагом».	Практическое занятие. Практическая отработка строевых приемов на месте и в движении
Занятие 3	**Примерный перечень вопросов:** 1. Движение строевым шагом в составе подразделения. 2. Повороты в движении. 3. Движение в составе взвода. 4. Управление подразделением в движении.	Практическое занятие. Практическая отработка строевых приемов на месте и в движении

РАЗДЕЛ 5. Огневая подготовка из стрелкового оружия.

Цели:

– изучить назначение, состав и боевые свойства основных образцов стрелкового оружия и гранат Вооруженных Сил России;

– твердо усвоить меры безопасности при обращении с оружием, боеприпасами и ручными осколочными гранатами;

– приобрести начальные навыки обращения с оружием, боеприпасами и ручными осколочными гранатами;

– развивать и воспитывать чувства дисциплинированности, бережного, уважительного и ответственного отношения к оружию, гордости и уверенности в качестве и надёжности российского оружия.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Назначение и боевые свойства АК-74 и РПК-74. 2. Состав и последовательность неполной разборки и сборки АК-74. 3. Основные приемы и правила стрельбы из АК-74.	Рассказ, показ, тренировка, состязание.
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:**	Рассказ, показ, трени-

	1. Назначение и боевые свойства 9-мм пистолета Макарова. 2. Состав и последовательность неполной разборки и сборки 9-мм пистолета Макарова. 3. Основные приемы и правила стрельбы из 9-мм пистолета Макарова.	ровка, состязание.
Занятие 3	**Примерный перечень вопросов:** 1. Назначение и боевые свойства СВД. 2. Состав и последовательность неполной разборки и сборки СВД. 3. Основные приемы и правила стрельбы из СВД.	Рассказ, показ, тренировка, состязание.
Занятие 4	**Примерный перечень вопросов:** 1. Назначение и боевые свойства РПГ-7. 2. Состав и последовательность неполной разборки и сборки РПГ-7. 3. Основные приемы и правила стрельбы из РПГ-7.	Рассказ, показ, тренировка, состязание.
Занятие 5	**Примерный перечень вопросов:** 1. Устройство и назначение ручных осколочных гранат. 2. Боевые свойства ручных осколочных гранат. 3. Меры безопасности при обращении с ручными осколочными гранатами. Порядок выполнения упражнений по метанию гранат.	Рассказ, показ, тренировка, состязание.
Занятие 6	**Примерный перечень вопросов:** 1. Условия и порядок выполнения упражнения учебных стрельб. 2. Правила и меры безопасности при выполнении упражнений учебных стрельб. 3. Практическое выполнение упражнения учебных стрельб.	Контроль знаний и навыков при обращении с оружием и боеприпасами. Состязание.

РАЗДЕЛ 6. Основы тактики общевойсковых подразделений.

Цели:

- Ознакомить студентов с целями, задачами и способами ведения общевойскового боя.

- Ознакомить студентов с целями, задачами, силами и средствами инженерного обеспечения частей и подразделений.

- Рассмотреть назначение, классификацию инженерных боеприпасов, инженерных заграждений и их характеристики, а также полевые фортификационные сооружения.

- Воспитывать у студентов гордость за Вооруженные силы РФ.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Сущность и содержание общевойскового боя. 2. Силы и средства вооруженной борьбы в общевойсковом бою. 3. Способы ведения общевойскового боя. 4. Построение сил и средств мотострелковых подразделений. 5. Боевой порядок мотострелкового взвода.	Практическое занятие (с использованием визуальных наглядных пособий)
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:** 1. Цели и основные задачи инженерного обеспечения частей и подразделений. 2. Назначение, классификация инженерных боеприпасов, инженерных заграждений и их характеристики. 3. Полевые фортификационные сооружения: окоп, траншея, ход сообщения, укрытия, убежища.	Практическое занятие (с использованием визуальных наглядных пособий)

РАЗДЕЛ 7. Радиационная, химическая и биологическая защита.

Цели:

- изучить задачи и мероприятия РХБ защиты: мероприятия специальной обработки: дегазация, дезактивация, дезинфекция, санитарная обработка.

- уяснить порядок проведения частичной и полной специальной обработки.

- научиться порядку использования средств индивидуальной защиты и их использования, подгонки и их технической проверке.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Средства применения химического оружия. 2. Классификация отравляющих веществ и воздействие на организм человека. 3. Основные виды и поражающее действие биологического оружия. 3. Средства применения зажигательного оружия. 4. Поражающие действия оружия массового поражения на личный состав, вооружение и военную технику, средства и способы защиты от него.	Практическое занятие (с использованием визуальных наглядных пособий)
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:** 1. Цель РХБ защиты и ее основные задачи. 2. Мероприятия специальной обработки: дегазация, дезактивация, дезинфекция, санитарная обработка. 3. Цели и порядок проведения частичной и полной специальной обработки. 4. Технические средства и приборы радиационной, химической и биологической защиты. 5. Средства индивидуальной защиты и порядок их использования.	Практическое занятие (с использованием визуальных наглядных пособий)

РАЗДЕЛ 8. Военная топография.

Цели:

– получение практических навыков в осуществлении основных измерений по топокартам, чтении топокарт, ориентировании на местности по картам и без них;

– формирование определенных навыков в работе с топокартами и соответствующими измерительными инструментами

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Геометрическая сущность, классификация и назначение топографических карт. 2. Определение географических и прямоугольных координат объектов по карте. 3. Целеуказание по карте.	Практическое решение задач по определению координат объектов и выдаче целеуказания.

РАЗДЕЛ 9. Основы военно-медицинской подготовки.

Цели:

- Изучить нормативные документы, регламентирующие оказание первой помощи военнослужащим, в том числе в условиях ведения боевых действий.

- Получить необходимые установки и рекомендации по оказанию первой помощи военнослужащим в случаях, определенных приказом Минобороны от 09.12.2022 №760

-.Получить навыки оказания первой помощи военнослужащим в соответствии с нормативными требованиями.

Структура:

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Занятие 1	**Примерный перечень вопросов:** 1. Общие правила оказания первой помощи. 2. Алгоритм оказания первой помощи. 3. Сущность оказания первой помощи. 4. Состояния для оказания первой помощи. 5. Первая помощь при ранениях. 6. Первая помощь при механических травмах и переломах костей.	Практическое занятие (с использованием визуальных наглядных пособий)
Занятие 2	**Примерный перечень вопросов:** 1. Комплектация аптечек и медицинских комплектов. 2. Тактическая аптечка. 3. Эвакуация раненых с поля боя в тыл.	Демонстрация, разъяснение, тренировка

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Военно-политическая подготовка	**Подготовка к практическому занятию.** **Самостоятельное изучение материала** по теме: Геополитическое положение России в современном мире. Основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития страны
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Цели и задачи военно-политической работы. Средства, формы и методы военно-политической работы в ВС РФ.
Раздел 2. Правовая подготовка	**Самостоятельное изучение материала** по теме: Военная доктрина РФ. Правовые основы политики России в области ядерного сдерживания
	Самостоятельное изучение материала по теме: Законодательство Российской Федерации о прохождении военной службы
Раздел 3. Общевоинские уставы ВС РФ	**Самостоятельное изучение материала** по теме: Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации, их основные требования и содержание
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Внутренний порядок и суточный наряд
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Общие положения Устава гарнизонной и караульной службы
Раздел 4. Строевая подготовка	**Подготовка к практическому занятию.** **Самостоятельное изучение материала** по теме:

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
	Строевые приемы и движение без оружия
Раздел 5. Огневая подготовка из стрелкового оружия	**Подготовка к практическому занятию.** **Самостоятельное изучение материала** по теме: Основы и правила стрельбы, приемы и способы ведения огня из стрелкового оружия
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Назначение, боевые свойства, материальная часть и применение стрелкового оружия, ручных противотанковых гранатометов и ручных гранат
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Выполнение упражнения учебных стрельб из пневматического и (или) мелкокалиберного оружия
Раздел 6. Основы тактики общевойсковых подразделений	**Самостоятельное изучение материала** по теме: Вооруженные Силы Российской Федерации их состав и задачи.
	Самостоятельное изучение материала по теме: Тактико-технические характеристики (ТТХ) основных образцов вооружения и техники ВС РФ
	Самостоятельное изучение материала по теме: Основы общевойскового боя
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Основы инженерного обеспечения и связи
	Самостоятельное изучение материала по теме: Организация воинских частей и подразделений, вооружение, боевая техника вероятного противника
Раздел 7. Радиационная, химическая и биологическая защита	**Самостоятельное изучение материала** по теме: Ядерное, химическое, биологическое, зажигательное оружие
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Средства, приемы и способы радиационной, химической и биологической защиты
Раздел 8. Военная топография	**Самостоятельное изучение материала** по теме: Местность как элемент боевой обстановки. Измерения и ориентирование на местности без карты, движение по азимутам
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Топографические карты и их чтение, подготовка к работе. Определение координат объектов и целеуказания по карте
Раздел 9. Основы военно-медицинской подготовки	**Самостоятельное изучение материала** по теме: Медицинское обеспечение войск (сил). Организация медицинского обеспечения воинских формирований тактического звена.
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Первая помощь при ранениях, травмах на поле боя
	Подготовка к практическому занятию. **Самостоятельное изучение материала** по теме: Средства оказания первой помощи. Эвакуация раненых.

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Современная военно-политическая ситуация в мире.
2. Россия в многополярном мире.
3. Объективные причины проведения специальной военной операции России на Украине.
4. Шесть волн расширения НАТО на Восток.
5. Санкционная политика Запада в отношении России.
6. Национальные интересы Российской Федерации и стратегические национальные приоритеты.
7. Оборона страны – национальный стратегический приоритет России.
8. Основные направления социально-экономического развития РФ.
9. Основные направления политического развития РФ.
10. Основные направления военно-технического развития РФ.
11. Какие цели в области обороны страны поставлены в Стратегии национальной безопасности для защиты национальных интересов Российской Федерации?
12. Каким путем в рамках реализации военной политики стратегического сдерживания достигаются цели обороны страны?
13. Решению каких задач в рамках достижения целей обороны в Стратегии уделяется особое внимание?
14. Какие традиционные ценности в рамках защиты реализуемых национальных приоритетов определены Указом Президента РФ от 09.11.2022 N 809?
15. Назовите основные направления обеспечения экономической безопасности, определенные Стратегией национальной безопасности Российской Федерации?
16. Система военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.
17. Цели и задачи военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.
18. Силы и средства военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.
19. Принципы военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.
20. Формы и методы военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации.
21. Функции военно-политических органов в Вооруженных Силах Российской Федерации.

22. Вопросы военно-политической подготовки в Вооруженных Силах Российской Федерации.

23. Защита традиционных российских духовно-нравственных ценностей, культуры и исторической памяти один из ключевых национальных приоритетов, реализуемых в соответствии с Указом Президента РФ от 09.11.2022 N 809.

24. Вопросы противодействия информационно-психологическому воздействию противника.

25. Силы и средства информационно-психологических операций, проводимых противником.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Понятие, правовые основы и структура Военной доктрины Российской Федерации?

2. Основные понятия и термины Военной доктрины Российской Федерации?

3. Военные опасности и военные угрозы Российской Федерации?

4. Военная политика Российской Федерации?

5. Основные задачи Российской Федерации по сдерживанию и предотвращению военных конфликтов?

6. Применение Вооруженных Сил, других войск и органов для отражения агрессии?

7. Применение Российской Федерацией высокоточного и ядерного оружия?

8. Государственная политика Российской Федерации в области ядерного сдерживания?

9. Условия, определяющие возможность применения Россией ядерного оружия?

10. Основные задачи Вооруженных Сил, других войск и органов в мирное время.

11. Структура военного законодательства Российской Федерации?

12. Федеральные законы «О воинской обязанности и военной службе», «О статусе военнослужащих» - правовая основа организации военной службы.

13. Структура федерального закона «О воинской обязанности военной службы».

14. Понятие и содержание воинской обязанности?

15. Понятие военной службы ее виды. Призыв и прохождение военной службы по призыву и по контракту.

16. Исполнение обязанностей военной службы.

17. Обязательная и добровольная подготовка к прохождению военной службы?

18. Приведение к военной присяге граждан России и принятие обязательства иностранными гражданами, поступившими на военную службу в Российской Федерации.

19. Воинские должности. Составы военнослужащих и воинские звания.

20. Обязанности граждан по воинскому учету.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Что такое внутренний порядок?
2. Чем достигается внутренний порядок?
3. С какой целью назначается суточный наряд роты? Кто входит в его состав?
4. Кто назначается дежурным по роте? За что отвечает и кому подчиняется дежурный по роте?
5. Кто назначается дневальным по роте? За что отвечает и кому подчиняется дневальный по роте?
6. Перечислите обязанности дневального по роте.
7. Что запрещается очередному дневальному?
8. Что должны знать и настойчиво добиваться все лица суточного наряда?
9. Что не имеют права делать лица суточного наряда без разрешения дежурного по полку?
10. Что должен сделать дежурный по роте по прибытии в подразделение командира другой роты?
11. Размещение военнослужащих.
12. Распределение времени и внутренний порядок.
13. Суточный наряд роты, его предназначение, состав.
14. Дневальный, дежурный по роте.
15. Развод суточного наряда.
16. В чем заключаются общие положения Устава гарнизонной и караульной службы.
17. Что называется караулом, его состав, назначение и виды?
18. Чем отличается гарнизонный караул и внутреннего?
19. Кто назначается для охраны и обороны кораблей Военно-Морского Флота и каким нормативным документом определен порядок несения ими караульной службы?
20. Кому подчиняются гарнизонный и внутренний караулы и с какого момента они переходят в подчинение этим должностным лицам?
21. Назовите обязанности часового.
22. Что запрещается часовому?
23. Назовите обязанности разводящего.
24. Чем должен быть вооружен караул и в какой форме одежды должен нести службу?
25. Когда и как производится заряжание и разряжание оружия в карауле
26. Подготовка караулов.
27. Организация и несение караульной службы.
28. Внутренний порядок в караулах.
29. Охрана караулом объектов с применением технических средств охраны.
30. Участие войск гарнизона в обеспечении режима чрезвычайного положения и в предупреждении и ликвидации чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 4

1. Что такое строй?
2. Чем такое шеренга и линия машин?
3. Что такое фронт и тыльная сторона строя?
4. Что такое фланг, интервал и дистанция
5. Что такое ряд, ширина строя и глубина строя?
6. Какими могут быть одношереножный и двухшереножный строи?
7. Что такое колонна, какой военнослужащий называется направляющим и замыкающим?
8. Что такое развернутый и походный строй?

9. Обязанности военнослужащих перед построением и в строю?
10. Как осуществляется управление строем?

Задания для самостоятельной работы к Разделу 5

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 5

1. Знание терминов боевых (тактических) характеристик стрелкового оружия и боеприпасов.

2. Знание материальной части, тактико-технических характеристик и боевых свойств пистолета Макарова (ПМ).

3. Знание материальной части, тактико-технических характеристик и боевых свойств снайперской винтовки Драгунова (СВД).

4. Знание материальной части, тактико-технических характеристик и боевых свойств гранатомета РПГ-7В и ручных осколочных гранат.

5. Знание материальной части, тактико-технических характеристик и боевых свойств автомата АК-74.

6. Требования безопасности при обращении со стрелковым оружием;

7. Требования безопасности при проведении занятий по огневой подготовке.

8. Требования безопасности при неполной разборке и сборке АК-74.

9. Назначение и составные части АК-74.

10. Порядок сборки разборки АК-74.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 6

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 6

1. Сущность и содержание общевойскового боя.

2. Силы и средства вооруженной борьбы в общевойсковом бою.

3. Способы ведения общевойскового боя.

4. Построение сил и средств мотострелковых подразделений.

5. Боевой порядок мотострелкового взвода.

6. Цели и основные задачи инженерного обеспечения частей и подразделений.

7. Назначение, классификация инженерных боеприпасов и их характеристики.

8. Назначение, классификация инженерных заграждений и их характеристики.

9. Полевые фортификационные сооружения: окоп, траншея, ход сообщения, их маскировка.

10. Полевые фортификационные сооружения: укрытия, убежища.

11. Виды и средства связи, применяемые в подразделениях тактического звена.

12. Порядок оборудования одиночного стрелкового окопа, его элементы и размеры.

13. Приемы выполнения работ при оборудовании окопа для стрельбы лежа и последовательность его расширения для стрельбы с колена и стоя.

14. Современные виды связи, применяемые в Вооруженных силах Российской Федерации.

15. Приемы м методы обеспечения устойчивой, бесперебойной связи в подразделениях тактического звена.

16. Дайте определение понятию «Вооруженные силы Российской Федерации»?

17. Кто, в соответствии с Конституцией осуществляет руководство, а кто управление Вооруженными Силами Российской Федерации?

18. Разъясните предназначение Вооруженных Сил Российской Федерации и назовите основные решаемые ими задачи в мирное время, в период непосредственной угрозы военного нападения на РФ и в военное время?

19. Дайте определение понятию «Вид вооруженных сил» и «Род войск вооруженных сил». Назовите Виды ВС РФ и Рода войск ВСРФ.

20. Раскройте предназначение и общую структуру Сухопутных войск, Военно-Морского флота, Воздушно-космических сил, Ракетных войск стратегического назначения, Воздушно-десантных войск.

21. Назовите образцы вооружения Сухопутных войск и сообщите основные тактико-технические характеристики: автомата Калашникова АК-74, БМП-3, БТР-80, Танка Т-90, Реактивной системы залпового огня БМ-21 «Град».

22. Назовите образцы вооружения Военно-морского флота ВС РФ и сообщите основные тактико-технические характеристики: Тяжелого авианесущего крейсера «Адмирал Флота Советского Союза Кузнецов».

23. Назовите образцы вооружений Воздушно-космических сил и сообщите основные тактико-технические характеристики боевого самолета МИГ-31.

24. Назовите ракетные комплексы стратегического назначения, состоящие на вооружении Ракетных войск стратегического назначения ВС РФ.

25. Назовите тактико-технические характеристики БМД-3.

26. Типовая организационная структура мотопехотного батальона армии США и основное вооружение входящих в него боевых подразделений. Основные тактико-технические характеристики БМП М2 «Брэдли»

27. Танковый батальон армии США, его типовая организационная структура и основное вооружение. Основные тактико-технические характеристики танка М1 «Абрамс»

28. Мотопехотный батальон армии ФРГ, его типовая структура и основное вооружение входящих в него боевых подразделений. Основные тактико-технические характеристики БМП «Мардер» и БТР «Фукс».

29. Танковый батальон армии ФРГ, его типовая структура и основное вооружение входящих в него боевых подразделений. Основные тактико-технические характеристики танка «Леопард-2».

30. Назовите преимущества в тактико-технических характеристиках танка Т-90 в сравнении с танком М1 «Абрамс» и «Леопард-2».

Задания для самостоятельной работы к Разделу 7

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 7

1. Ядерное оружие. Средства его применения.
2. Поражающие факторы ядерного взрыва и их воздействие на организм человека, вооружение, технику и фортификационные сооружения.
3. Химическое оружие. Средства его применения.
4. Отравляющие вещества (ОВ), их назначение, классификация и воздействие на организм человека.
5. Боевые состояния, средства применения, признаки применения ОВ, их стойкость на местности.
6. Биологическое оружие. Основные виды и поражающее действие. Средства применения, внешние признаки применения.
7. Зажигательное оружие. Средства его применения.
8. Поражающие действия зажигательного оружия на личный состав, вооружение и военную технику, средства и способы защиты от него.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 8

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 8

1. Какую информацию содержат пояснительные подписи на карте?
2. Как изображается рельеф на топографических картах?
3. Какие цвета используются для изображения объектов на топографических картах?
4. Как оформляется лист карты?
5. Способы измерения расстояний по карте.
6. Способы оценки площадей объектов по карте.
7. Как определяют расстояние глазомерно? Какие факторы оказывают влияние на точность глазомерного определения расстояния?
8. Способ измерения расстояния шагами.
9. Как определяется расстояние по времени и скорости движения (по соотношению скоростей звука и света)?
10. Как определяется расстояние на слух?
11. Дать определение ориентирования на местности.
12. Определение сторон горизонта различными способами.
13. Что значит ориентировать карту? Какими способами может быть выполнено ориентирование карты?
14. Как ориентируют карту по компасу (по Полярной звезде)?

Задания для самостоятельной работы к Разделу 9

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 9

1. Нормативные документы, регламентирующие оказание первой помощи военнослужащим Вооруженных Сил Российской Федерации, других войск, и воинских формирований Российской Федерации.
2. Общие правила оказания первой помощи.
3. Алгоритм оказания первой помощи.
4. Сущность оказания первой помощи.
5. Порядок проведения сердечно-легочной реанимации.

6. Перечень состояний, при которых оказывается первая помощь военнослужащим Вооруженных Сил Российской Федерации, других войск, и воинских формирований Российской Федерации.

7. Правила оказания первой помощи военнослужащим Вооруженных Сил Российской Федерации, других войск, и воинских формирований Российской Федерации.

8. Дополнительные мероприятия по оказанию первой помощи, которые проводятся военнослужащими и медицинскими специалистами, прошедшими подготовку по программам подготовки по оказанию первой помощи, утвержденным Министерством обороны Российской Федерации, ФОИВ и (органами), уполномоченными в области управления другими войсками, воинскими формированиями.

9. Первая помощь при ранениях. Особенности проведении мероприятий по оказанию первой помощи раненому на поле боя.

10. Первая помощь при механических травмах и переломах костей.

11. Комплектация аптечек и медицинских комплектов.

12. Тактическая аптечка.

13. Способы эвакуация раненых с поля боя в тыл.

14. Особенности эвакуации раненых военнослужащих в укрытие.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Военно-политическая подготовка

Тема 1.1. Геополитическое положение России в современном мире. Основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития страны





Новая госпрограмма вооружения России

(Утверждена Президентом РФ в январе 2024 г)

характеристики некоторых видов гиперзвукового оружия

Название	Тип	Скорость, Мах	Дальность, км	Носитель
Авангард	Блок глиссирующего полёта	27	6000	Межконтинентальная баллистическая ракета
Кинжал	Ракета воздух-земля	10	2000	Истребитель МиГ-31
Циркон	Ракета море-земля	9	1000	Корабль или подводная лодка
Буревестник	Крылатая ракета с ядерным двигателем	20	Неограниченная	Наземный пусковой комплекс







Тема 1.2. Цели и задачи военно-политической работы. Средства, формы и методы военно-политической работы в ВС РФ.













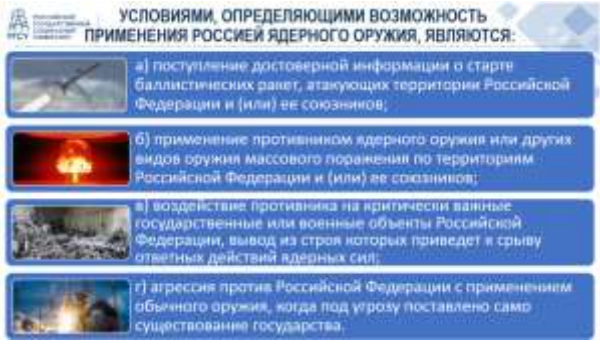
РАЗДЕЛ 2. Правовая подготовка

Тема 2.1. Военная доктрина РФ. Правовые основы политики России в области ядерного сдерживания









Тема 2.2. Законодательство Российской Федерации о прохождении военной службы





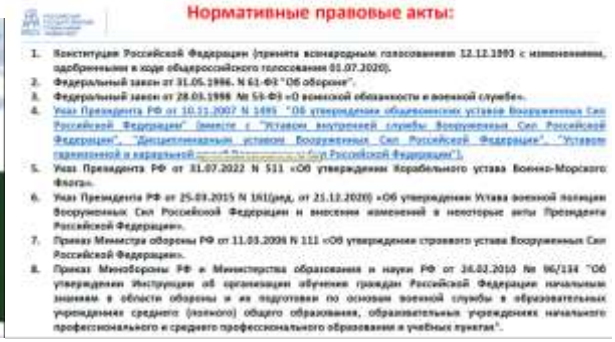




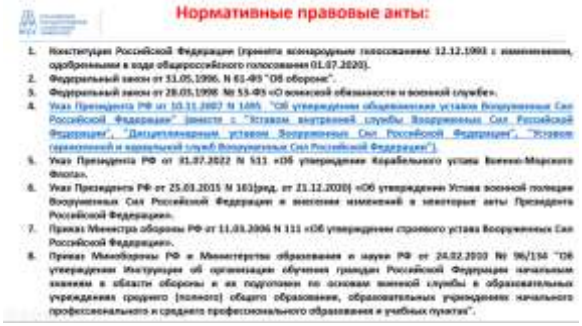
РАЗДЕЛ 3. Общевоинские уставы ВС РФ

Тема 3.1. Общевоинские уставы Вооружённых Сил Российской Федерации, их основные требования и содержание.



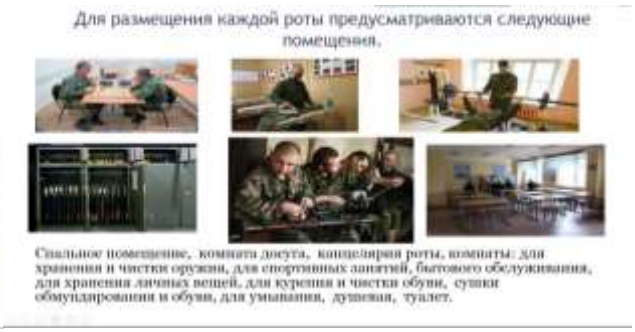


Тема 3.2. Внутренний порядок и суточный наряд













РАЗДЕЛ 4. Строевая подготовка

Тема 4.1. Строевые приёмы и движение без оружия









РАЗДЕЛ 5. Огневая подготовка из стрелкового оружия

Тема 5.1. Основы и правила стрельбы, приёмы и способы ведения огня из стрелкового оружия









Тема 5.2. Назначение, боевые свойства, материальная часть и применение стрелкового оружия, ручных противотанковых гранатометов и ручных гранат







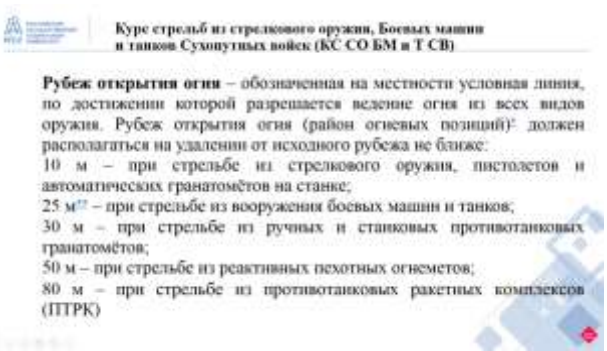


Тема 5.3. Выполнение упражнений учебных стрельб из стрелкового оружия









РАЗДЕЛ 6. Основы тактики общевойсковых подразделений

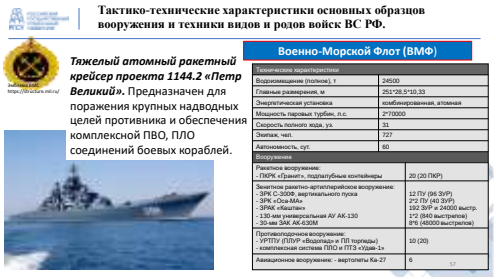
Тема 6.1. Вооружённые Силы Российской Федерации их состав и задачи





Тема 6.2. Тактико-технические характеристики (ТТХ) основных образцов вооружения и техники ВС РФ





Тема 6.3. Основы общевойскового боя









Тема 6.4. Основы инженерного обеспечения



Тема 6.5. Организация воинских частей и подразделений, вооружение, боевая техника вероятного противника









РАЗДЕЛ 7. Радиационная, химическая и биологическая защита

Тема 7.1. Ядерное, химическое, биологическое, зажигательное оружие



РАЗДЕЛ 8. Военная топография

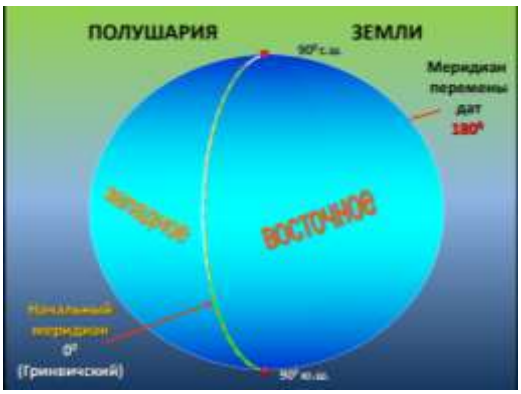
Тема 8.1. Местность как элемент боевой обстановки. Измерения и ориентирование на местности без карты, движение по азимутам





Тема 8.2. Топографические карты и их чтение, подготовка к работе. Определение координат объектов и целеуказание по карте.









РАЗДЕЛ 9. Основы военно-медицинской подготовки

Тема 9.1. Медицинское обеспечение войск (сил). Организация медицинского обеспечения воинских формирований тактического звена





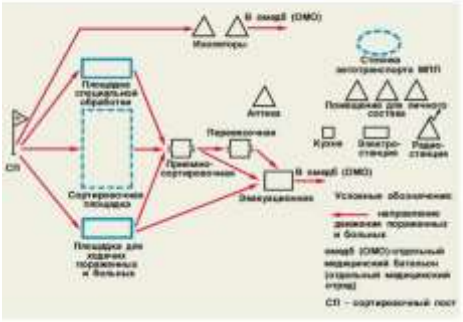
Приложение к приказу Министра обороны Российской Федерации от 13 июня 2023 г. N 340

Порядок
организации подготовки военнослужащих и медицинских специалистов медицинских (военно-медицинских) организаций, частей и медицинских (военно-медицинских) подразделений Вооружённых Сил Российской Федерации по проведению мероприятий по оказанию первой помощи

- I. Общие положения
- II. Организация подготовки военнослужащих и медицинских специалистов по проведению мероприятий по оказанию первой помощи
- III. Организация подготовки инструкторов по тактической медицине



Схема развёртывания медицинского пункта полка



Определение признаков жизни и смерти

Признаки жизни

- Сердцебиение. Определяется на слух, приложив ухо к грудине.
- Пульс – это ритмичное колебание стенки артерии в результате работы сердца. Определяется на сонной, бедренной и лучевой артерии. В тяжелых случаях только на сонной артерии. Пульс не измеряют большим пальцем.
- Норма: для взрослого 60 - 90 ударов в минуту; ребенка 90 - 12 лет 90 – 100 ударов в минуту; грудного ребенка 120 - 140 ударов в минуту.
- Дыхание. Определяется по движению грудной клетки и живота или подноса ко рту или носу пострадавшего зеркала, которое от дыхания запотевает.
- Реакция роговицы глаза на раздражение. К роговице аккуратно прикасаются кончиком носового платка (не пальцем!), роговица глаза раздражается, появляется роговичный рефлекс, глаз смежится, веко моргает.
- Реакция зрачков на свет. Если человек лежит с открытыми глазами, то ему закрывают глаза ладонью на 5 - 10 секунд, а затем ладонь убирают и светят в глаза источником света (фонариком, дисплеем мобильного телефона). Зрачок должен сузиться.
- Набухание вен конечностей ниже места их перетягивания.

Признаки клинической смерти

Прекращение жизненно важных функций организма (дыхания и сердцебиения):

судороги, в отличие от некоторых заболеваний (эпилептический припадок), судороги не ярко выражены;

частичный дыхания – точечно короткого времени (15 - 20 секунд), движение частое, поверхностное, прерывистое, возможно появление пены у рта;

реакция зрачков на свет сохранена, что подтверждает факт жизни головного мозга.

Признаки биологической смерти

Наличие симптомов «ходячий трупа», появляется через 25-30 минут после смерти, при сдавлении глаза зрачок деформируется и становится вертикальным, как у кошки;

некрутящиеся и высыхание роговицы глаза;

трупное окоченение, которое возникает через 2-4 часа после смерти.

В зоне боевых действий выделяют три зоны

- «Красную», где крайне опасно – это в поле видимости и под обстрелом противника.
- «Жёлтую», где чуть менее опасно, прямой видимости противника нет, есть какие-то укрытия, стены, крыша, окопы, ложбины местности, но враг всё равно может достать тяжёлым вооружением или системами, работающими по навесной траектории (миномёт, АГС, подствольники).
- «Зелёную», где безопасно, в глубоком тылу или, как минимум, в фундаментальных подвалах, специализированных бомбоубежищах, бункерах.

Эвакуация раненых с поля боя в тыл



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Основы медицинских знаний

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.02 Журналистика

НАПРАВЛЕННОСТЬ
«Журналистика»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных

средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;

- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Раздел 1. Здоровье и факторы его формирования.

Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Понятие здоровья, основные признаки нарушения здоровья

Цели занятия: сформировать представление о факторах, определяющих здоровье,

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с элементами беседы, демонстрация наглядного материала

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Понятие «здоровье». Определение здоровья по ВОЗ. Цели и задачи изучения состояния здоровья населения. Уровни здоровья. Здоровье и болезнь. Переходное состояние. Факторы, влияющие на здоровье человека, их соотношение. Образ жизни и виды активности: трудовая, внетрудовая, социальная, культурная, медицинская, экология и здоровье: воздушная среда, водная среда, состояние педосферы, экология жилых и общественных помещений, климатические факторы. Здоровье и наследственность. Биологические и социальные компоненты наследственность человека. Состояние здравоохранения: качество, своевременность, полнота, адекватность, экономичность.

Взаимодействие с аудиторией:

- Дайте определение понятиям «здоровье», «переходное состояние», «болезнь».
- Назовите основные компоненты здоровья.
- Какие факторы оказывают влияние на состояние здоровья человека?
- Назовите основные причины неадекватного отношения человека к здоровью.
- Как можно оценить физическое здоровье человека?
- Какие методики используются для оценки психического здоровья человека?
- Назовите показатели социального здоровья человека с позиций личности и общества.

Тема лекционного занятия: **Тема 1.2. Основы здорового образа жизни**

Цели занятия: сформировать представление о здоровом образе жизни, факторах, определяющих здоровый образ жизни.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с элементами беседы, демонстрация наглядного материала

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Здоровый образ жизни (ЗОЖ). Определение. Составляющие ЗОЖ: организация питания, режим труда и отдыха, организация сна, двигательная активность, личная гигиена и закаливание, профилактика вредных привычек, культура сексуального поведения и планирование семьи, культура межличностного общения. Принципы ЗОЖ.

Взаимодействие с аудиторией:

- Дайте определение понятию «здоровый образ жизни».
- Укажите биологические и социальные принципы здорового образа жизни.
- Назовите основные составляющие здорового образа жизни, кратко охарактеризуйте компоненты здорового образа жизни.
- Раскройте особенности развития организма 18–25 лет.
- Какие факторы влияют на здоровье студентов?
- Как можно оценить образ жизни человека?
- Назовите причины повышения роли физической культуры в современном обществе.
- Понятие рационального питания.
- Режим питания студентов.
- Перечислите основные пищевые вещества и дайте им характеристику.
- Роль воды в организме человека. Питьевой режим в течение суток.
- Что такое пирамида здорового питания?
- Понятие режима дня и его значение для организма.
- Биоритмологическая организация функций организма человека.
- Изменение функций организма в динамике циркадианного биоритма.
- Изменение умственной работоспособности в течение дня и в течение недели.
- Организация рационального режима дня студентов.
- Сон, его виды и роль для организма.
- Табакокурение. Влияние на состояние здоровья человека. Личная и социальная опасность.
- Употребление алкоголя. Влияние на состояние здоровья человека. Личная и социальная опасность.
- Употребление наркотиков. Влияние на состояние здоровья человека. Личная и социальная опасность.

- Что можно порекомендовать тем, кто хочет избавиться от вредных привычек?
- Основные условия регуляции психоэмоционального состояния студентов и их характеристика.

Раздел 2. Основы оказания первой помощи при различных состояниях

Тема лекционного занятия: **Тема 2.1. Предмет, задачи и организация оказания первой помощи**

Цели занятия:

- раскрыть основные положения нормативно-правовых документов и актов, регулирующих оказание первой помощи пострадавшим;
- сформировать понимание основ оказания первой помощи при различных состояниях

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с элементами беседы, демонстрация наглядного материала

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией: Определение понятия «первая помощь». Основные нормативно-правовые акты, регламентирующие оказание первой помощи. Перечень состояний, требующих оказания первой помощи. Перечень мероприятий первой помощи и последовательность их выполнения на месте происшествия. Оценка обстановки и обеспечение безопасных условий для оказания первой помощи на месте происшествия. Правила и порядок осмотра пострадавшего, основные критерии оценки нарушения сознания, дыхания, кровообращения. Определение приоритетности оказания первой помощи.

Взаимодействие с аудиторией:

- Основные правила оказания первой помощи в неотложных ситуациях.
- Перечень состояний, при которых оказывается первая помощь.
- Мероприятия по оценке обстановки и обеспечению безопасных условий для оказания первой помощи.
- Определение наличия сознания у пострадавшего.
- Мероприятия по восстановлению проходимости дыхательных путей и определению признаков жизни у пострадавшего.
- Мероприятия по проведению сердечно-легочной реанимации до появления признаков жизни.
- Мероприятия по поддержанию проходимости дыхательных путей.
- Мероприятия по обзорному осмотру пострадавшего и временной остановке наружного кровотечения.
- Мероприятия по подробному осмотру пострадавшего в целях выявления признаков травм, отравлений и других состояний, угрожающих его жизни и здоровью, и по оказанию первой помощи в случае выявления указанных состояний.
- Придание пострадавшему оптимального положения тела.
- Контроль состояния пострадавшего (сознание, дыхание, кровообращение) и оказание психологической поддержки.

Тема лекционного занятия: **Тема 2.2. Оказание первой помощи при различных состояниях**

Цели занятия: сформировать представление о мерах безопасности при оказании первой помощи, профилактике ВИЧ-инфекции;

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с элементами беседы, демонстрация наглядного материала

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией: Меры безопасности при оказании первой помощи, профилактика ВИЧ-инфекции.

Назначение, устройство и правила пользования аптечкой индивидуальной, пакетом перевязочным медицинским индивидуальным, сумкой медицинской санитарной.

Назначение, устройство и правила пользования пакетом противохимическим индивидуальным, перевязочным материалом.

Аптечка индивидуальная. Состав, правила пользования. Использование содержимого: для обезболивания, при отравлении фосфороорганическими отравляющими веществами, для профилактики инфекционных заболеваний.

Виды перевязочного материала: марля, бинты, легнин, косынки, индивидуальный перевязочный материал, салфетки.

Понятие о видах транспортировки. Показания к самостоятельной транспортировке пострадавшего. Сопровождение пострадавшего. Средства транспортировки.

Переноска пострадавших одним двумя и более добровольцами. Приемы переноски. Особенности извлечения и перекладывания пострадавших с подозрением на травму позвоночника, таза. Погрузка и размещение пострадавших внутри транспортных средств.

Классификация состояний, угрожающих жизни пострадавших и внезапно заболевших. Характеристика терминальных состояний, клинической смерти. Принципы и методы оказания неотложной доврачебной помощи при терминальных состояниях и клинической смерти. Техника непрямого массажа сердца и искусственного дыхания. Правила пользования роторасширителем, воздуховодом. Особенности реанимационных мероприятий при утоплении и поражении электрическим током.

Классификация острых заболеваний дыхательной системы. Основные клинические признаки и экстренная доврачебная помощь при бронхиальной астме, воспалении легких, плеврите. Клиническая характеристика коматозных состояний. Клиника и первая помощь при гипер- и гипогликемической коме. Оказание первой помощи при тепловом ударе. Признаки острого нарушения проходимости дыхательных путей.

1. Классификация острых заболеваний сердечнососудистой системы. Основные клинические признаки и экстренная доврачебная помощь при стенокардии и инфаркте миокарда, гипертоническом кризе, нарушениях сердечного ритма.

2. Классификация аллергических заболеваний. Симптомы аллергических реакций. Первая доврачебная помощь при крапивнице, укусах насекомых. Первая помощь при анафилактическом шоке.

3. Основные свойства АХОВ. Пути попадания АХОВ в организм. Диагностика острых отравлений АХОВ. Первая медицинская и доврачебная помощь при острых отравлениях АХОВ (угарный газ, аммиак, хлор, метан). Лечебные мероприятия у пострадавших: - с химическими поражениями отравляющими веществами; - с острыми отравлениями лекарственными средствами; - с бытовыми отравлениями.

4. Виды травматизма. Характеристика закрытых повреждений мягких тканей. Клиника, диагностика, ушибов, особенности оказания первой доврачебной помощи при ушибах мягких тканей. Симптомы повреждения связочного аппарата и мышц конечностей. Принципы оказания первой доврачебной медицинской помощи при ушибах, закрытых повреждениях связочного аппарата суставов, мышц. Особенности оказания доврачебной медицинской помощи при синдроме длительного сдавления. Классификация повреждений костей и суставов, достоверные и вероятные признаки переломов. Клиническая картина наиболее часто встречающихся травматических вывихов. Доврачебная помощь при подозрении на наличие перелома, вывиха. Показания и средства транспортной иммобилизации. Правила наложения табельных транспортных шин при открытых и закрытых повреждениях конечностей.

5. Классификация ран. Клиническая характеристика колотых, резаных, рубленых, рваных, рвано-размозженных, ушибленных, огнестрельных, укушенных ран. Объем неотложной первой медицинской и доврачебной помощи при ранениях. Общие понятия о раневом процессе. Местные признаки ранних раневых осложнений, пути их профилактики и лечения. Классификация кровотечений. Достоверные и вероятные признаки наружных артериальных, венозных, смешанных, внутриполостных кровотечений. Способы остановки наружных кровотечений. Классификация повязок. Виды мягких повязок, применяющихся в практике. Общие правила бинтования и наложения мягких повязок. Основные виды бинтовых повязок, техника их наложения на голову, туловище, конечности. Правила пользования индивидуальным перевязочным пакетом. Контурные повязки на грудную клетку. Косыночные повязки. Техника наложения ко-

сыночных повязок. Использование сетчатого эластичного бинта для фиксации асептических повязок на различные участки тела.

6. Особенности дорожно-транспортных происшествий. Механизмы поражающего действия при дорожно-транспортном происшествии. Нарушение функции жизненно-важных органов и систем при дорожно-транспортных происшествиях. Травматический шок. Фазы травматического шока. Степени тяжести торпидной фазы травматического шока. Клиника травматического шока. Профилактика травматического шока. Использование аптечки автомобильной.

7. Классификация ожогов и отморожений. Способы определения площади глубины термических поражений. Основные клинические признаки периодов ожоговой болезни. Критерии тяжести состояния обожженных. Принципы оказания доврачебной помощи при термических поражениях. Объем первой помощи при ожогах концентрированными растворами кислот и щелочей.

Основные инфекционные заболевания. Правила измерения температуры. Типы температурных кривых. Первая помощь при лихорадочных состояниях. Острые пищевые отравления. Правила промывания желудка. Особенности транспортировки инфекционных больных.

Взаимодействие с аудиторией:

- Первая помощь при кровотечениях и ранениях. Способы остановки кровотечения.
- Виды повязок. Правила и приемы наложения повязок на раны.
- Первая помощь при переломах. Приемы и способы иммобилизации с применением табельных и подручных средств.
- Способы и правила переноски и транспортировки пострадавших.
- Первая помощь при ушибах, вывихах, химических и термических ожогах, отравлениях, отморожениях, обмороке, поражении электрическим током, тепловом и солнечном ударах.
- Правила и техника проведения искусственного дыхания и непрямого массажа сердца.
- Основы ухода за больными.
- Возможный состав домашней медицинской аптечки.

Раздел 3. Уход за пострадавшими и больными.

Тема лекционного занятия: **Тема 3.1. Оценка функционального состояния организма человека.**

Цель занятия раскрыть основные общие принципы ухода за пострадавшими и больными;

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с элементами беседы, демонстрация наглядного материала.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией: Определение физиологических показателей организма человека. Измерение температуры. Термометрия и ее способы. Исследование пульса. Измерение артериального давления. Подсчет частоты дыхательных движений.

Взаимодействие с аудиторией:

- Дайте характеристику удовлетворительному состоянию пациенту, состоянию средней степени тяжести, тяжелому состоянию.
- Перечислите варианты состояния сознания пациента.
- Перечислите типы телосложения человека, дайте характеристику каждому из них.
- Перечислите виды положений пациента в постели.
- Перечислите характеристики, по которым проводится оценка состояния кожных покровов.
- Что означают такие характеристики цвета кожных покровов, как гиперемия, цианоз, иктеричность?
- Назовите наиболее точные места измерения пульса. Назовите случаи, когда нельзя измерять пульс.
- Показатели артериального давления в норме?
- Показали ЧДД у взрослого в норме?

Тема лекционного занятия: **Тема 3.2. Основы ухода за пострадавшими и больными**

Цель занятия раскрыть основные общие принципы ухода за пострадавшими и больными;

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Лекция с элементами беседы, демонстрация наглядного материала.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией**:** Общие принципы ухода за пострадавшими и больными. Санитарная обработка. Постельное белье и постельные принадлежности. Кормление. Уход за полостью рта, носом, глазами. Стрижка ногтей.

Особенности ухода при отморожениях, ожогах.

Особенности ухода при носовых кровотечениях, травме лица.

Особенности ухода за больными, находящимися на вытяжении, в гипсовой повязке.

Лекарственные формы. Характеристика способов введения лекарственных средств в организм, их преимущества и недостатки. Составление походной, домашней, автомобильной аптечек. Правила хранения и пользования лекарственными средствами. Десмургия. Правила наложения бинтовых повязок.

Взаимодействие с аудиторией:

- Основы ухода за больными.
- Пролежни. Предупреждение пролежней.
- Правила хранения и пользования лекарственными средствами.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Раздел 1. Здоровье и факторы его формирования.

Тема занятия: Тема 1.1 Понятие здоровья, основные признаки нарушения здоровья

Формы практических заданий: устный опрос, доклад

Вопросы к обсуждению:

1. Методологические подходы к определению понятия «здоровье».
2. Определение понятия "здоровье", принятое Всемирной организацией здравоохранения.
3. Норма и патология.
4. Здоровье и болезнь. Переходное состояние.
5. Факторы, определяющие здоровье человека, и их значение.
6. Основные компоненты здоровья человека и их характеристика: соматическое, физическое, репродуктивное, психическое, социальное
7. Критерии здоровья.
8. Отношение населения к здоровью.
9. Оценка здоровья.

Темы докладов:

1. Системный подход в решении проблем здоровья.
2. Качество жизни как уровень комфортности человека в обществе.
3. Порядок формирования государственной политики в области охраны здоровья граждан в Российской Федерации.
4. Социальное здоровье населения и национальная безопасность общества.
5. Последствия острых и хронических воздействий ионизирующего излучения на организм человека.
6. Значение ультрафиолетового облучения для человеческого организма.
7. Влияние урбанизации на здоровье человека.
8. Качество питания в сохранении и укреплении здоровья.
9. Адаптация человека к экстремальным факторам внешней среды.
10. Двигательная активность и ее влияние на здоровье.

11. Место образа жизни в структуре причин, обуславливающих современную патологию.

12. Гигиеническое обучение и воспитание населения в формировании здоровья и здорового стиля жизни.

13. Влияние на здоровье психоэмоционального напряжения человека в современном обществе.

14. Сексуальная культура. Факторы риска для здоровья.

15. Роль медицинской активности для индивидуальной профилактики заболеваний.

Тема занятия: **Тема 1.2. Основы здорового образа жизни**

Формы практических заданий: устный опрос, доклад

Вопросы к обсуждению:

1. Основные составляющие здорового образа жизни.
2. Традиционные и нетрадиционные методы оздоровления.
3. Права и ответственность человека за сохранение и укрепление своего здоровья.
4. Социально-гигиенические основы вредных привычек.
5. Профилактика раннего алкоголизма, табакокурения, наркомании и токсикомании.

1. Темы докладов:

1. Основные компоненты здорового образа жизни.
2. Роль закаливания в повышении устойчивости организма к неблагоприятному воздействию факторов среды.
3. Сбалансированное питание как фактор здорового образа жизни.
4. Физическая активность как фактор здорового образа жизни (ЗОЖ).
5. Рациональный режим труда и отдыха.
6. Психологический микроклимат как фактор здорового образа жизни.
7. Роль здоровой семьи как фактор здорового образа жизни
8. Аддиктивное поведение, понятие, причины.
9. Профилактика аддиктивного поведения.
10. Значение гигиенической культуры в формировании ЗОЖ.
11. Вредные привычки и здоровый образ жизни.
12. Алкоголизм. Виды, профилактика.
13. Табакокурение. Курительные смеси, профилактика.
14. Игромания, причины, профилактика.
15. Влияние на организм человека психоактивных веществ и формирование зависимости.
16. Наркотики и злоупотребление психоактивными веществами.
17. Средства физической культуры как фактор оздоровления человека.
18. Медицинский осмотр (обследования) для допуска к занятиям физической культурой и участию в массовых спортивных соревнованиях.
19. Противопоказания для занятия физкультурой и спортом.

Раздел 2. Основы оказания первой помощи при различных состояниях

Тема занятия: Тема 2.1 Предмет, задачи и организация оказания первой помощи

Формы практических заданий: устный опрос

Вопросы к обсуждению:

20. Универсальный алгоритм оказания первой помощи
21. Оценка обстановки и обеспечение безопасных условий для оказания первой помощи на месте происшествия
22. Юридическая безопасность первой помощи
23. Перечень состояний, при которых оказывается первая помощь
24. Основные нормативно-правовые акты, регламентирующие оказание первой помощи

25.Поощрение за оказание первой помощи

26.Правила и порядок осмотра пострадавшего, основные критерии оценки нарушения сознания, дыхания, кровообращения. определение приоритетности оказания первой помощи

8.Общая последовательность действий на месте происшествия с наличием пострадавших

Тема занятия: Тема 2.2 Оказание первой помощи при различных состояниях

Формы практических заданий: демонстрация сформированности практических навыков

Вопросы к обсуждению:

1. Мероприятия по оценке обстановки и обеспечению безопасных условий для оказания первой помощи:

– определение угрожающих факторов для собственной жизни и здоровья;
– определение угрожающих факторов для жизни и здоровья пострадавшего;
– устранение угрожающих факторов для жизни и здоровья;
– прекращение действия повреждающих факторов на пострадавшего;
– оценка количества пострадавших;
– извлечение пострадавшего из транспортного средства или других труднодоступных мест;
– перемещение пострадавшего.

2. Мероприятия по восстановлению проходимости дыхательных путей и определению признаков жизни у пострадавшего:

– запрокидывание головы с подъемом подбородка;
– выдвижение нижней челюсти;
– определение наличия дыхания с помощью слуха, зрения и осязания;
– определение наличия кровообращения, проверка пульса на магистральных артериях

3. Мероприятия по проведению сердечно-легочной реанимации до появления признаков жизни:

– давление руками на грудину пострадавшего;
– искусственное дыхание «Рот ко рту»;
– искусственное дыхание «Рот к носу»;
– искусственное дыхание с использованием устройства для искусственного дыхания.

4. Мероприятия по поддержанию проходимости дыхательных путей:

– придание устойчивого бокового положения;
– запрокидывание головы с подъемом подбородка;
– выдвижение нижней челюсти.

5. Мероприятия по обзорному осмотру пострадавшего и временной остановке наружного кровотечения:

– обзорный осмотр пострадавшего на наличие кровотечений;
– пальцевое прижатие артерии;
– наложение жгута;
– максимальное сгибание конечности в суставе;
– прямое давление на рану;
– наложение давящей повязки.

6. Наложение повязок при травмах различных областей тела, в том числе окклюзионной (герметизирующей) при ранении груди;

7. Проведение фиксации (с помощью подручных средств, аутоиммобилизация, с использованием изделий медицинского назначения);

8. Фиксация шейного отдела позвоночника (вручную, подручными средствами, с использованием изделий медицинского назначения);

9. Прекращение воздействия опасных химических веществ на пострадавшего (промывание желудка путем приема воды и вызывания рвоты, удаление с поврежденной поверхности и промывание поврежденной поверхности проточной водой);

10.Местное охлаждение при травмах, термических ожогах и иных воздействиях высоких температур или теплового излучения; Термоизоляция при отморожениях и других эффектах воздействия низких температур.

Раздел 3. Уход за пострадавшими и больными

Тема занятия: Тема 3.1 Оценка функционального состояния организма человека

Формы практических заданий: демонстрация сформированности практических навыков

Вопросы к обсуждению:

- измерения температуры тела
- определения частоты дыхательных движений
- определения пульса и регистрацию показателей
- измерения АД
- измерения роста и массы тела

Тема занятия: Тема 3.2 Основы ухода за пострадавшими и больными

Формы практических заданий: демонстрация сформированности практических навыков

Вопросы к обсуждению:

- смены нательного белья
- гигиенической помывки
- кормления
- перемещения пострадавшего/больного в постели
- перекладывания (пересаживания) на каталку
- туалета половых органов
- применения грелки
- подачи мочеприемника и судна
- подготовки перевязочных материалов

Продемонстрируйте технику:

- наложение давящей повязки.
- наложение артериального жгута.
- наложение давящей повязки.
- наложение воздухонепроницаемой повязки.
- приема «запрокидывание головы — поднятие подбородка».
- проведения первичной сердечно-легочной реанимации

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. Семестр 2		
Раздел 1. Здоровье и факторы его форми-	6	Подготовка к опросу
	6	Подготовка доклада

рования	7	Самостоятельное изучение материала
Раздел 2. Основы оказания первой помощи при различных состояниях	4	Самостоятельное изучение материала
Раздел 3. Уход за пострадавшими и больными	8	Самостоятельное изучение материала
Общий объем по модулю/семестру, часов	31	-
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	31	-

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. Семестр 1		
Раздел 1. Здоровье и факторы его формирования	10	Подготовка к опросу
	10	Подготовка доклада
	10	Самостоятельное изучение материала
Раздел 2. Основы оказания первой помощи при различных состояниях	18	Самостоятельное изучение материала
Раздел 3. Уход за пострадавшими и больными	15	Самостоятельное изучение материала
Общий объем по модулю/семестру, часов	63	-
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	63	-

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1 (Курс 1, сессии 3-4)		
Раздел 1. Здоровье и факторы его формирования	15	Подготовка к опросу
	15	Подготовка доклада
	15	Самостоятельное изучение материала
Раздел 2. Основы оказания первой помощи при различных состояниях	25	Самостоятельное изучение материала
Раздел 3. Уход за пострадавшими и больными	22	Самостоятельное изучение материала
Общий объем по модулю/семестру, часов	92	-

Общий объем по дисциплине (модулю), часов	92	-

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Среда обитания и факторы риска.
2. Основные факторы, определяющие здоровье.
3. Факторы природной среды (климат, рельеф, флора и фауна местности и др.).
4. Биологические факторы.
5. Психологические факторы.
6. Адаптационные свойства организма, темперамент, конституция.
7. Социально-экономические факторы: социально-экономическое состояние общества, условия жизни, труда, быта и др.
8. Медицинские факторы – состояние здравоохранения, развитие медико-санитарных служб, недостатки в организации медицинской помощи, медицинская активность населения.
9. Виды факторов риска. Значение факторов риска в формировании здоровья.
10. Факторы риска, связанные с урбанизацией и бытовой средой.
11. Генетические факторы риска.
12. Факторы риска, зависящие от образа жизни.
13. Понятие и определение адаптации.
14. Акклиматизация. Понятие и определение.
15. Общие закономерности адаптивного процесса.
16. Механизмы адаптации.
17. Условия, влияющие на адаптацию.
18. Типы адаптаций.
19. Понятие о стрессе как механизме адаптации.
20. Влияние стресса на здоровье человека.
21. Дистресс.
22. Профилактика стресса.

Перечень тем докладов к Разделу 1:

1. Основные компоненты здорового образа жизни.
2. Роль закаливания в повышении устойчивости организма к неблагоприятному воздействию факторов среды.
3. Сбалансированное питание как фактор здорового образа жизни.
4. Физическая активность как фактор здорового образа жизни (ЗОЖ).
5. Рациональный режим труда и отдыха.
6. Психологический микроклимат как фактор здорового образа жизни.
7. Роль здоровой семьи как фактор здорового образа жизни
8. Аддиктивное поведение, понятие, причины.
9. Профилактика аддиктивного поведения.
10. Значение гигиенической культуры в формировании ЗОЖ.
11. Вредные привычки и здоровый образ жизни.
12. Алкоголизм. Виды, профилактика.
13. Табакокурение. Курительные смеси, профилактика.
14. Игромания, причины, профилактика.
15. Влияние на организм человека психоактивных веществ и формирование зависимости.
16. Наркотики и злоупотребление психоактивными веществами.
17. Средства физической культуры как фактор оздоровления человека.

18. Медицинский осмотр (обследования) для допуска к занятиям физической культурой и участию в массовых спортивных соревнованиях.
19. Противопоказания для занятия физкультурой и спортом.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2
Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Понятие о смерти и ее этапах.
2. Классификация терминальных состояний и их клинические проявления.
3. Клиническая смерть. Биологическая смерть.
4. Признаки клинической и биологической смерти.
5. Объем и очередность первой помощи при терминальных состояниях.
6. Основные приемы сердечно-легочной реанимации.
7. Сердечно-легочная реанимация.
8. Базовый комплекс реанимационных мероприятий.
9. Удаление инородного тела из дыхательных путей.
10. Искусственное дыхание.
11. Основные правила проведения закрытого массажа сердца.
12. Критерии прекращения СЛР.
13. Этапы сердечно-легочной реанимации.
14. Неотложные состояния при заболеваниях, первая помощь: стенокардия («грудная жаба»); инфаркт миокарда («сердечный приступ»); ишемическая болезнь сердца; гипертонический криз; инсульт; эпилепсия; отравление.
15. Травмы опорно-двигательного аппарата, принципы иммобилизации и транспортировки.
16. Вывих. Признаки, первая помощь.
17. Растяжение. Признаки, первая помощь.
18. Перелом. Признаки перелома. Меры по оказанию первой помощи при переломах.
19. Правила иммобилизации при различных переломах.
20. Профилактика травм опорно-двигательного аппарата.
21. Раны. Классификация ран, их особенности.
22. Раневая инфекция.
23. Пневмоторакс. Виды.
24. Инфицированные раны.
25. Кровотечения: виды, опасности. Классификация кровотечений.
26. Общие признаки кровопотери.
27. Признаки артериального, венозного, смешанного, капиллярного кровотечений.
28. Кровопотеря легкой, средней и тяжелой степеней.
29. Первая помощь при наружных кровотечениях.
30. Кровотечение при переломах.
31. Основные правила десмургии – учения о повязках, их правильном применении и наложении при различных повреждениях и заболеваниях.
32. Повязки, материалы, используемые для наложения повязок.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3
Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Общий и специальный уход за больными и пострадавшими.
2. Рекомендуемые средства для ухода за пострадавшими и больными.
3. Специальный уход за больными и пострадавшими в ЧС: пожилого и детского возраста; находящимися в тяжелом состоянии; в период подготовки к операции и послеоперационном периоде.

4. Особенности ухода за больными и пострадавшими в ЧС с повреждением опорно-двигательного аппарата; ожогами и отморожениями; ранениями и травмой головы и груди. Лечебные процедуры и манипуляции: характеристика, назначение.

5. Правила и техника выполнения простейших лечебных процедур и манипуляций.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. ЗДОРОВЬЕ И ФАКТОРЫ ЕГО ФОРМИРОВАНИЯ

Сфера влияния	Факторы, укрепляющие здоровье	Факторы риска
Образ жизни 50%	отсутствие вредных привычек	курение, алкоголь, наркотики, токсикомания, злоупотребление лекарствами
	рациональное, сбалансированное питание	Несбалансированное в количественном и качественном отношенияхпитание
	адекватная физическая активность	гиподинамия и гипокинезия, гипердинамия
	здоровый психологический климат в семье и на работе	стрессовые ситуации
	внимательное отношение к своему здоровью	недостаточная медицинская активность
Внешняя среда 20%	Микросреда	
	отсутствие вредных факторов производства	вредные условия труда и обучения
	хорошие материально-бытовые условия	плохие материально-бытовые условия
	оседлый образ жизни	миграционные процессы
	Макросреда	
	благоприятные климатическиеи природные условия	Неблагоприятные климатические и природныеусловия
	экологически чистая среда обитания	загрязнение окружающей среды
Биологические факторы 20%	здоровая наследственность	Наследственная предрасположенность и наличие наследственных заболеваний
	отсутствие возрастных, половых и конституциональных особенностей, способствующих возникновению заболевания; достаточные функциональные резервы организма	возрастные, половые, конституциональные особенности, влияющие на возникновение заболевания; низкие резервные возможности организма
Организация медицинской помощи 10%	высокий уровень медицинской помощи	Некачественное медицинское обслуживание

РАЗДЕЛ 2. ОСНОВЫ ОКАЗАНИЯ ПЕРВОЙ ПОМОЩИ ПРИ РАЗЛИЧНЫХ СОСТОЯНИЯХ

ПЕРЕЧЕНЬ СОСТОЯНИЙ, ПРИ КОТОРЫХ ОКАЗЫВАЕТСЯ ПЕРВАЯ ПОМОЩЬ, ПЕРЕЧЕНЬ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ЕЕ ОКАЗАНИЮ

В соответствии с приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 4 мая 2012 г. № 477н «Об утверждении перечня состояний, при которых оказывается первая помощь и перечня мероприятий по оказанию первой помощи», первая помощь оказывается при следующих состояниях:

1. Отсутствие сознания.
2. Остановка дыхания и кровообращения.
3. Наружные кровотечения.
4. Инородные тела верхних дыхательных путей.
5. Травмы различных областей тела.
6. Ожоги, эффекты воздействия высоких температур, теплового излучения.
7. Отморожение и другие эффекты воздействия низких температур.
8. Отравления.



СПОСОБЫ ИЗВЛЕЧЕНИЯ И ПЕРЕМЕЩЕНИЯ ПОСТРАДАВШЕГО ИЗ АВТОМОБИЛЯ ИЛИ ТРУДНОДОСТУПНОГО МЕСТА

Прежде всего, убедитесь в собственной безопасности!

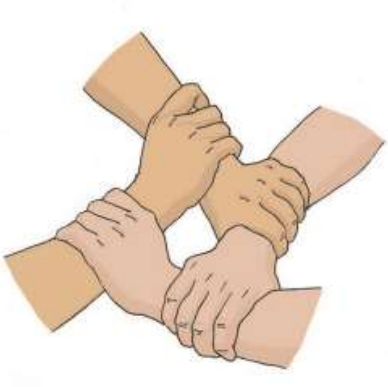
Когда нужно извлекать пострадавшего из автомобиля или другого труднодоступного места:

- При наличии угрозы для его жизни и здоровья.
- При невозможности оказания первой помощи в тех условиях, в которых находится пострадавший.

Пострадавший в сознании







Пострадавший без сознания











При переносе пострадавших нельзя идти «в ногу»!

ПРОСТЕЙШИЕ МЕРЫ ПРОФИЛАКТИКИ ИНФЕКЦИОННЫХ ЗАБОЛЕВАНИЙ, ПЕРЕДАЮЩИХСЯ ПРИ НЕПОСРЕДСТВЕННОМ КОНТАКТЕ С ЧЕЛОВЕКОМ, ЕГО КРОВЬЮ И ДРУГИМИ БИОЛОГИЧЕСКИМИ ЖИДКОСТЯМИ

Для снижения риска заражения при оказании первой помощи следует использовать медицинские перчатки (для защиты рук) и защитные устройства для проведения искусственного дыхания «рот-устройство-рот», находящиеся в аптечках первой помощи. В настоящее время в России производятся устройства для искусственного дыхания различных конструкций. С правилами их использования можно ознакомиться в инструкциях, прилагаемых производителем каждого конкретного устройства.

В состав аптечки для оказания первой помощи работникам входят медицинские 3-слойные маски из нетканого материала, которые применяются для снижения риска инфицирования человека, оказывающего первую помощь.

В случае попадания крови и других биологических жидкостей на кожу следует немедленно смыть их проточной водой, тщательно вымыть руки. При наличии спиртовых антисептические салфеток из бумажного текстилеподобного материала (находятся в аптечке для оказания первой помощи работникам) необходимо обработать кожу с их помощью.

После проведения искусственного дыхания рекомендуется прополоскать рот.

Придание пострадавшему оптимального положения тела



Устойчивое боковое положение.
1. Без сознания.
2. При частой рвоте.
3. В случаях ожогов спины и ягодиц.

Положение на спине с приподнятыми и согнутыми в коленях ногами.
1. При травмах брюшной полости.
2. При большой кровопотере или при подозрении на внутреннее кровотечение.

Положение лягушки с подложенным под колени валиком.
При подозрении на перелом костей таза.

Положение сидя или полусидя.
При травмах грудной клетки.

Положение на спине, на твердой ровной поверхности.
При подозрении на травму позвоночника.

АЛГОРИТМ ПРОВЕДЕНИЯ СЕРДЕЧНО-ЛЕГОЧНОЙ РЕАНИМАЦИИ.

1. СПОСОБЫ ПРОВЕРКИ СОЗНАНИЯ И ДЫХАНИЯ

2.



Для проверки сознания аккуратно потормоши пострадавшего за плечи и спроси: «Что с Вами? Помощь нужна?».



Открой дыхательные пути. Для этого одну руку следует положить на лоб пострадавшего, двумя пальцами другой поднять подбородок и запрокинуть голову. Наклонись щекой и ухом ко рту и носу пострадавшего, смотри на его грудную клетку.

Прислушайся к дыханию, ощути выдыхаемый воздух на своей щеке, установи наличие или отсутствие движений грудной клетки (в течение 10 секунд).



При отсутствии дыхания поручи помощнику вызвать скорую медицинскую помощь: «Человек не дышит. Вызовите скорую помощь. Сообщите мне, что вызвали».

АЛГОРИТМ СЕРДЕЧНО-ЛЕГОЧНОЙ РЕАНИМАЦИИ

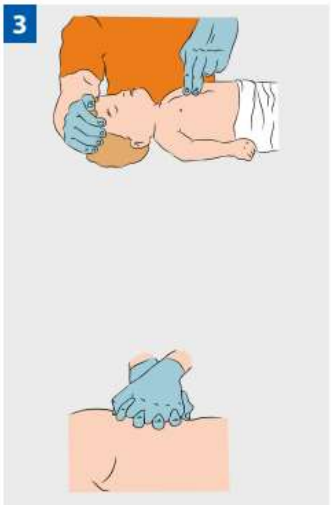
ПРОВОДИТСЯ ТОЛЬКО НА ТВЁРДОЙ РОВНОЙ ПОВЕРХНОСТИ!



Положи основание ладони на середину грудной клетки.



Возьми руки в замок. Руки выпрями в локтевых суставах, плечи расположи над пострадавшим так, чтобы давление осуществлялось перпендикулярно плоскости грудины.
Давление руками на грудину пострадавшего выполняй весом всего туловища, на глубину 5-6 см с частотой 100-120 в минуту.



Детям до 1 года давление на грудину производится двумя пальцами.

Детям более старшего возраста - одной или двумя руками (пальцы рук берутся в замок).

У взрослых основание ладони одной руки помещается на середину грудной клетки пострадавшего, вторая рука помещается сверху первой, кисти рук берутся в замок

Последовательность проведения искусственного дыхания



Запрокинь голову пострадавшего, положив одну руку на его лоб, приподняв подбородок двумя пальцами другой руки.



Зажми нос пострадавшего двумя пальцами. Сделай свой нормальный вдох, герметично обхватив своими губами рот пострадавшего, и выполни равномерный выдох в его дыхательные пути в течение 1 секунды, наблюдая за подъемом его грудной клетки. На 2 вдоха искусственного дыхания должно быть потрачено не более 10 секунд.

При проведении этого мероприятия рекомендуется использовать устройство для проведения искусственного дыхания «рот-устройство-рот», входящее в состав аптечек.



Чередуй 30 надавливаний на грудину с 2 вдохами искусственного дыхания, независимо от количества человек, проводящих реанимацию.

Сердечно-легочную реанимацию можно прекратить в следующих случаях:
– прибытие бригады скорой медицинской помощи;
– появление у пострадавшего явных признаков жизни;
– невозможность продолжения сердечно-легочной реанимации ввиду физической усталости (необходимо привлечь помощника).

ОКАЗАНИЕ ПЕРВОЙ ПОМОЩИ ПРИ ПОЛНОМ НАРУШЕНИИ ПРОХОДИМОСТИ ДЫХАТЕЛЬНЫХ ПУТЕЙ ИНОРОДНЫМ ТЕЛОМ



У взрослых.
Встань позади пострадавшего, наклони его вперёд, основанием ладони нанеси 5 резких ударов между лопатками. После каждого удара проверяй – не удалось ли устранить непроходимость.



Если инородное тело не удалено, обхвати пострадавшего руками на уровне верхней части живота. Сожми одну руку в кулак и помести его над пупком большим пальцем к себе. Обхвати кулак другой рукой и резко надави на его живот в направлении внутрь и кверху. Повтори серию надавливаний 5 раз.



У беременных женщин или тучных пострадавших (нельзя или невозможно сделать толчки в живот!)
Начни с ударов между лопатками, надавливания делай на нижнюю часть грудной клетки.



Если пострадавший потерял сознание – начни сердечно-лёгочную реанимацию. При этом следи за возможным появлением инородного тела во рту для того, чтобы своевременно удалить его.



После восстановления дыхания придай пострадавшему устойчивое боковое положение. Обеспечь постоянный контроль за дыханием до прибытия скорой медицинской помощи!



У детей.
Признаки: Ребенок задыхается, не способен говорить, внезапно становится синюшным, может потерять сознание. Положи ребенка на предплечье своей руки, головой вниз, придерживая его голову, нанеси 5 ударов между лопатками.



В случае, если хлопки не помогли, сделай 5 толчков двумя пальцами в нижнюю часть грудной клетки. Повторяй эти мероприятия до тех пор, пока инородный предмет не будет извлечён.

ПЕРВАЯ ПОМОЩЬ ПРИ НАРУЖНОМ КРОВОТЕЧЕНИИ



Убедись, что ни тебе, ни пострадавшему ничто не угрожает. Используй медицинские перчатки для защиты от биологических жидкостей пострадавшего. Переместите пострадавшего (при необходимости).



Проверь у пострадавшего сознание.



Если пострадавший в сознании, быстро (в течение 1-2 секунд) проведи обзорный осмотр для определения сильного наружного кровотечения.



Выполни остановку кровотечения наиболее подходящим способом или их комбинацией.

Способы временной остановки наружного кровотечения



Выполни прямое давление на рану.



Наложи давящую повязку. Закрой рану несколькими сложенными салфетками или несколькими туго свернутыми слоями марлевого бинта. Туго забинтуй сверху. Если повязка промокает, поверх нее наложи еще несколько плотно свернутых салфеток и крепко надави ладонью поверх повязки.



Если давящая повязка и прямое давление на рану неэффективны или сразу было обнаружено артериальное кровотечение из крупной артерии (бедренная, плечевая), выполни пальцевое прижатие артерии. Её следует сильно прижать к кости до остановки кровотечения.

До наложения жгута не отпускай прижатую артерию, чтобы не возобновилось кровотечение. Если начал уставать, попроси кого-либо из присутствующих прижать твои пальцы сверху.

Точки прижатия артерий



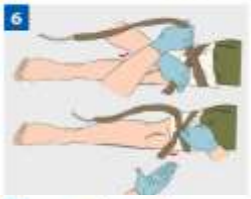
1. Сонная
2. Плечевая
3. Подмышечная
4. Бедренная

На конечностях точка прижатия артерии к кости должна быть выше места кровотечения. На шее – ниже раны.



Жгут – крайняя мера временной остановки артериального кровотечения!

Наложи кровоостанавливающий жгут. Он накладывается на мягкую подкладку (элемент одежды пострадавшего) выше раны и как можно ближе к ней.



Подведи жгут под конечность и растяни.

Затяни первый виток жгута и убедись, что кровотечение из раны прекратилось.



Наложи последующие витки жгута с меньшим усилием по восходящей спирали, захватывая предыдущий виток примерно наполовину.



Вложи под жгут записку с указанием даты и точного времени наложения. Не закрывай жгут повязкой или шиной! Максимальное время нахождения жгута на конечности не должно превышать 60 мин. в теплое время года и 30 мин. в холодное.



Эффективно можно остановить наружное кровотечение максимальным сгибанием конечности в суставе. Например, при травме бедра сверток из ткани или несколько бинтов вложи в область паховой складки, нижнюю конечность согни в тазобедренном суставе (притягивая колено к груди) и зафиксируй руками, бинтом или подручными средствами.



При значительной кровопотере уложи пострадавшего с приподнятыми ногами.

Если максимальное время наложения жгута истекло, а медицинская помощь недоступна, сделай следующее:

1. Осуществи пальцевое прижатие артерии выше жгута.
2. Сними жгут на 15 минут.
3. По возможности выполни массаж конечности.
4. Наложи жгут чуть выше предыдущего места наложения (если это возможно).
5. Максимальное время повторного наложения — 15 минут

АЛГОРИТМ ПОДРОБНОГО ОСМОТРА ПОСТРАДАВШЕГО

Подробный осмотр производится с целью выявления признаков травм, отравлений и других состояний, угрожающих жизни и здоровью пострадавшего.



Осмотри голову пострадавшего. Делай это максимально осторожно и аккуратно!



Выполни осмотр шеи пострадавшего.



Внимательно и осторожно осмотри грудь и спину пострадавшего.



Выполни осмотр живота и таза пострадавшего, действуй бережно и внимательно!



Осмотри каждую руку пострадавшего.



Выполни подробный осмотр ног пострадавшего.

При выявлении травм и других состояний, угрожающих жизни и здоровью пострадавшего, выполни соответствующие мероприятия первой помощи.

Первая помощь при травме головы



Останови кровотечение прямым давлением на рану и наложением давящей повязки. Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.



Контролируй наличие сознания и дыхания.



При отсутствии признаков жизни приступай к сердечно-легочной реанимации. Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.
Проводи сердечно-легочную реанимацию до восстановления самостоятельного дыхания или до прибытия медицинского персонала.



После восстановления дыхания (или если дыхание было сохранено) придай пострадавшему устойчивое боковое положение. Обеспечь постоянный контроль за дыханием до прибытия скорой медицинской помощи!

Первая помощь при травмах глаз и век



При травмах глаз и век наложи повязку на оба глаза (если не закрывать повязкой оба глаза, то движения здорового глаза будут вызывать движение, боль и дополнительные повреждения в пострадавшем глазу).
Вызови скорую медицинскую помощь.

Передвигаться пострадавший должен только за руку с сопровождающим!

Первая помощь при носовом кровотечении



При носовом кровотечении усади пострадавшего, слегка наклони его голову вперёд. Сожми крылья носа на 15-20 минут. При этом пострадавший должен дышать ртом!



Приложи к переносице холод (мокрый платок, снег, лед).



Рекомендуй пострадавшему сплевывать кровь (при попадании крови в желудок может развиться рвота).



Если кровотечение в течение 15-20 минут не останавливается, вызови скорую медицинскую помощь.

Первая помощь при травме шеи



Прижми сонную артерию для остановки артериального кровотечения.
При венозном кровотечении выполни прямое давление на рану и наложи давящую повязку.



При подозрении на травму шейного отдела позвоночника (ДТП, падение с высоты, ныряние), если необходимо перемещение пострадавшего, фиксируй его голову и шею вручную предплечьями. При экстренном извлечении пострадавшего фиксируй его шею рукой.

Вызвать (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.

Первая помощь при ранении грудной клетки



Признаки: кровотечение из раны на грудной клетке с возможным образованием пузырей и подсасыванием воздуха через рану.
При отсутствии в ране инородного предмета прижми ладонь к ране и закрой в нее доступ воздуха. Если рана сквозная, закрой входное и выходное раневые отверстия.



Закрой рану воздухонепроницаемым материалом (герметизируй рану), зафиксируй этот материал повязкой или пластырем.



Придай пострадавшему полусидячее положение с наклоном в пораженную сторону.



При наличии в ране инородного предмета зафиксируй его валиками из бинта, пластырем или повязкой.
Извлекать из раны инородные предметы на месте происшествия запрещается!

Первая помощь при ранении живота



Запрещается вправлять в рану выпавшие внутренние органы.
Пострадавшему запрещено пить и есть! Для утоления чувства жажды–смачивай ему губы.



Вокруг выпавших органов положи валик из марлевых бинтов (защити выпавшие внутренние органы).



Поверх валиков наложи повязку. Не прижимая выпавшие органы, прибинтуй повязку к животу.



Наложи холод на повязку.

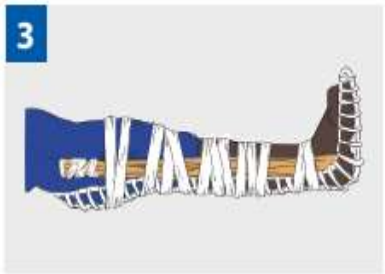


Защити пострадавшего от переохлаждения. Укутай теплыми одеялами, одеждой.
Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.

Первая помощь при травмах конечностей







Если предполагается самостоятельная транспортировка пострадавшего–обеспечь неподвижность места переломов костей с помощью шин или подручных средств (ветка, доска), наложенных поверх одежды.

Правила иммобилизации (обездвиживания)



Иммобилизация выполняется с обездвиживанием двух соседних суставов, расположенных выше и ниже места перелома.



В качестве иммобилизующего средства можно использовать шины или плоские узкие предметы: палки, доски, линейки, прутья, фанеру, картон и др. Острые края и углы шин из подручных средств должны быть сглажены, обмотаны бинтом. После наложения шину необходимо зафиксировать бинтами или пластырем. При переломах шину накладывают поверх одежды и обуви.



При открытых переломах нельзя прикладывать шину к местам, где выступают наружу костные отломки.



Шину на всем протяжении (исключая уровень перелома) плотно прикрепить к конечностям бинтом, но не очень туго, чтобы не нарушалось кровообращение. При переломе нижней конечности шины накладывать с двух сторон.



При отсутствии шин или подручных средств поврежденную ногу можно иммобилизировать, прибинтовав ее к здоровой ноге, а руку — к туловищу.



Защити пострадавшего от переохлаждения, дай обильное теплое сладкое питьё.

Первая помощь при термических ожогах



Убедись, что тебе ничего не угрожает. Останови пострадавшего. Уложи его на землю.



Охлади ожоговую поверхность водой в течение 20 минут.



Потуши горящую одежду любым способом (например, накрой человека негорючей тканью).

Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.



Пузыри не вскрывать. Из раны не удалять посторонние предметы и прилипшую одежду! Наложи на ожоговую поверхность стерильную повязку и холод поверх повязки. Дай обильное питьё.

Первая помощь при тепловом (солнечном) ударе



При появлении признаков теплового (солнечного) удара (повышенная температура тела, влажная бледная кожа, головная боль, тошнота и рвота, головокружение, слабость потеря сознания, судороги, учащенное сердцебиение и дыхание) переведи (перенеси) пострадавшего в прохладное, проветриваемое место (в тень, к открытому окну).



При отсутствии признаков жизни приступай к сердечно-легочной реанимации (см. стр. 15-21). Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.

Проводи сердечно-легочную реанимацию до восстановления самостоятельного дыхания или до прибытия медицинского персонала.



После восстановления дыхания (или если дыхание было сохранено) придай пострадавшему устойчивое боковое положение. Обеспечь постоянный контроль за дыханием до прибытия скорой медицинской помощи!



Положи на голову, шею и паховую область смоченные в холодной воде полотенца (салфетки).



При судорогах удерживай голову и туловище пострадавшего, оберегая от травм.



При восстановлении сознания напои пострадавшего прохладной водой.

Первая помощь при отморожениях



Перемести пострадавшего в более теплое помещение.



Укрой поврежденные конечности и участки тела теплоизолирующим материалом (вата, одеяло, одежда). Согревание должно происходить «изнутри» с одновременным восстановлением кровообращения. **Пораженные участки нельзя активно согревать (опускать в горячую воду), растирать, массировать, смазывать чем-либо!**



Укутай пострадавшего в одеяла, при необходимости переодень в сухую одежду.



Дай обильное горячее сладкое питьё. Накорми горячей пищей. **Использование алкоголя запрещено!** Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.

Первая помощь при общем переохлаждении



Вынеси (выведи) пострадавшего за пределы зоны поражения, обеспечив собственную безопасность.



Занеси пострадавшего в теплое помещение или согрей пострадавшего (укутай пострадавшего теплым одеялом, спасательным покрывалом, одеждой). Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.



Если пострадавший в сознании, дай обильное горячее сладкое питьё. Накорми горячей пищей. **Использование алкоголя запрещено!**

ПЕРВАЯ ПОМОЩЬ ПРИ ОТРАВЛЕНИЯХ

Первая помощь при поступлении токсического вещества через рот



Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь. Выясни обстоятельства происшедшего (в случае лекарственного отравления предъяви упаковку от лекарств прибывшему медицинскому работнику).

Если пострадавший в сознании, обеспечь промывание желудка. Дай пострадавшему большое количество воды (5-6 стаканов) и вызови рвоту, надавив двумя пальцами на корень языка. Общий объем принятой жидкости при промывании желудка должен быть 2,5–5 л. Промывание желудка проводить до «чистых промывных вод».



Если пострадавший без сознания, определи наличие у него самостоятельного дыхания.



При отсутствии признаков жизни приступай к сердечно-легочной реанимации (см. стр. 15-21). Проводи сердечно-легочную реанимацию до восстановления самостоятельного дыхания или до прибытия медицинского персонала.



После восстановления дыхания (или если дыхание было сохранено) придай пострадавшему устойчивое боковое положение. Обеспечь постоянный контроль за дыханием до прибытия скорой медицинской помощи!



Укутай пострадавшего теплыми одеялами, одеждой.

Первая помощь при поступлении токсического вещества через дыхательные пути



Убедись, что ни тебе, ни пострадавшему ничего не угрожает, вынеси пострадавшего в безопасное место или открой окна, проветри помещение.

Признаки отравления угарным газом: резь в глазах, звон в ушах, головная боль, рвота, потеря сознания, покраснение кожи.





Признаки отравления бытовым газом: тяжесть в голове, головокружение, шум в ушах, рвота, резкая мышечная слабость, усиление сердцебиения, сонливость, потеря сознания, непроизвольное мочеиспускание, побледнение (посинение) кожи, поверхностное дыхание, судороги.



После восстановления дыхания (или если дыхание было сохранено) придай пострадавшему устойчивое боковое положение.
Обеспечь постоянный контроль за дыханием до прибытия скорой медицинской помощи!

Первая помощь при поражении электрическим током



Обеспечь свою безопасность.
По возможности отключи источник тока.
При подходе к пострадавшему по земле иди мелкими шагами.





Сбрось с пострадавшего провод сухим, не проводящим ток, предметом (палка, пластик). Оттащи пострадавшего за одежду не менее чем на 10 метров от места касания проводом земли или от оборудования, находящегося под напряжением.*

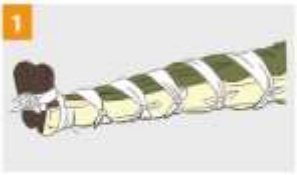




После восстановления дыхания (или если дыхание было сохранено) придай пострадавшему устойчивое боковое положение.
Обеспечь постоянный контроль за дыханием до прибытия скорой медицинской помощи!

Первая помощь при укусах ядовитых змей

1



Ограничь подвижность пострадавшей конечности. При укусе ноги прибинтуй ее к другой ноге.

1



При укусе руки — зафиксируй ее к туловищу в согнутом положении.

2



3



Первая помощь при укусах насекомых

1



При укусе насекомого удали жало из ранки.

2



Приложи холод к месту укуса. При возникновении аллергической реакции следует обратиться к врачу. Следи за состоянием больного до прибытия медицинского работника.

Первая помощь при поражениях глаз

1



При химических ожогах глаз или попадании в глаза инородных тел осторожно раздвинь веки пальцами, обильно промой глаза чистой водой (желательно комнатной температуры). Промывать глаза следует так, чтобы вода стекала от носа к виску.

2



Наложи повязку на оба глаза (если не закрыть повязкой оба глаза, то движения здорового глаза будут вызывать движения и боль в пострадавшем глазу). Вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь. Передвигаться пострадавший должен только за руку с сопровождающим!

Первая помощь при обмороке



Признаки: бледность, внезапная кратковременная потеря сознания. Придай пострадавшему устойчивое боковое положение, ослабь галстук, расстегни ворот верхней одежды, ослабь брючный ремень, сними обувь, обеспечь доступ свежего воздуха.

Если сознание не восстанавливается более 3-5 минут, вызови (самостоятельно или с помощью окружающих) скорую медицинскую помощь.

В любом случае следует обратиться к врачу для обследования и определения причины обморока.

Первая помощь при сердечном приступе



Первая помощь при подозрении на инсульт



РАЗДЕЛ 3. УХОД ЗА ПОСТРАДАВШИМИ И БОЛЬНЫМИ

Кормление тяжелобольных пациентов в постели ложкой

Кормление.

- ✓ Проверить t горячей пищи, капнув несколько капель себе на тыльную поверхность кисти.
- ✓ Предложить выпить (лучше через трубочку) несколько глотков жидкости.
- ✓ Кормить медленно:
  - называть каждое блюдо, предлагаемое пациенту;
  - наполнять ложку на 2/3 твердой (мягкой) пищей;
  - коснуться ложкой нижней губы, чтобы пациент открыл рот;
  - приноситься ложкой к языку и извлечь пустую ложку;
  - дать время прожевать и проглотить пищу;
  - предлагать питье после нескольких ложек пищи.
- ✓ Вытирать (при необходимости) губы салфеткой.
- ✓ Предложить пациенту прополоскать рот водой после еды.



Завершение кормления:

- ✓ Убрать после еды посуду и остатки пищи.
- ✓ Вымыть руки.

Кормление тяжелобольных пациентов с помощью поильника

Кормление:

- ✓ Переместить пациента набок или, в положение Фаулера (если позволит его состояние).
- ✓ Прикрыть шею и грудь пациента салфеткой.
- ✓ Кормить пациента из поильника небольшими порциями (глотками).



Окончание кормления:

- ✓ Дать прополоскать рот водой после кормления.
- ✓ Убрать салфетку с пациента.
- ✓ Помочь пациенту занять удобное положение.
- ✓ Убрать остатки пищи. Вымыть руки.

Примечание: *В течение всей процедуры кормления пища должна быть теплой и выглядеть аппетитной.*

Смена нательного белья

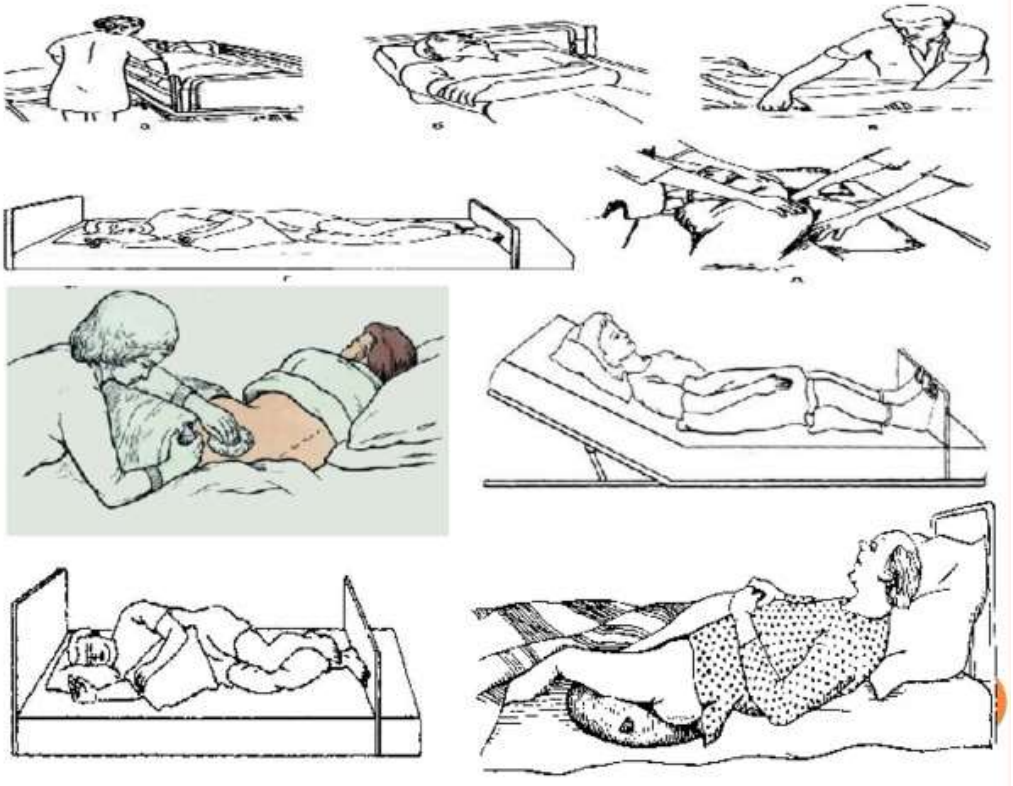


- Правой рукой поддерживают голову пациента за затылок, а левой рукой, захватив собранную на спине рубашку, аккуратно ее снимают, не касаясь грязной рубашкой лица пациента.
- Опускают голову пациента на подушку.
- Освобождают руки из рукавов: сначала здоровую, потом больную.
- Надеть чистую рубашку на тяжелобольного можно, выполняя все действия точно в обратной последовательности, т.е. собрав чистую рубашку по спине, надеть рукав на больную руку, затем на здоровую; сложить руки на груди и, поддерживая правой рукой голову пациента, левой рукой надеть рубашку через отверстие горловины на голову больного, расправить рубашку дома.

Смена постельного белья

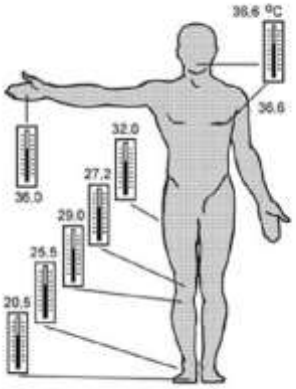


ПРОФИЛАКТИКА ПРОЛЕЖНЕЙ



Подача судна, мочеприемника тяжелобольному





Термометрия тела человека

Измерение температуры тела (термометрия)

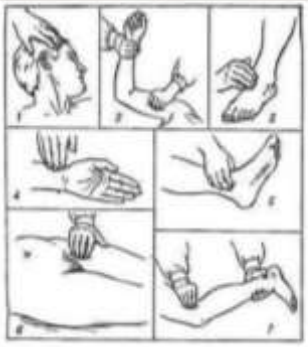
Измерение температуры тела проводится, как правило, дважды в день: утром в 7-8 ч и вечером в 17-18 ч. Следует отметить, что температура тела минимальная рано утром (между 3 и 6 ч), а максимальная - во второй половине дня (между 17 и 21 ч).

Чаще всего термометрию проводят в подмышечной впадине, реже в паховой складке (у детей).

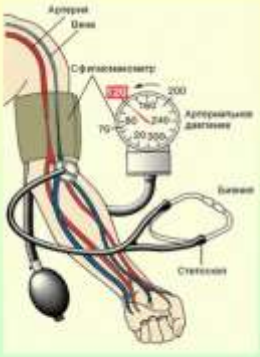
В областях, используемых для измерения температуры тела, не должно быть воспалительного процесса, так как последний даёт местное повышение температуры.



Методика измерения пульса на различных артериях



1 — височной;
2 — плечевой;
3 — тыльной артерии стопы;
4 — лучевой;
5 — задней большеберцовой;
6 — бедренной;
7 — подколенной.



- **Прибор надевают на руку; давление в нём увеличивают примерно до 200 миллиметров ртутного столба.**
- **Затем из сфигмоманометра медленно выпускают воздух, непрерывно прослушивая пульс.**
- **Таким образом последовательно находят сначала артериальное давление, а затем венозное.**

Давление крови измеряется сфигмоманометром (тонометром)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политических и социальных технологий _____ /Пивнева С.В./
28.02.2024 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЧЕЛОВЕК В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Направление подготовки

«42.03.02 Журналистика»

Направленность

«Мультимедийная сетевая журналистика»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения

Очная, Заочная

Москва, 2024 г.

Методические материалы дисциплины (модуля) **Человек в коммуникативном пространстве** разработаны разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки *42.03.02 Журналистика*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 524, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *42.03.02 Журналистика* (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработана рабочей группой в составе:
Гундарин М.В., к.филос.н., доцент.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры

Коммуникационного менеджмента и управления отношениями

(наименование кафедры)

Протокол № 8 от «28» февраля 2024 года

Заведующий кафедрой
Д-р.экон.наук, профессор  Д.А. Шевченко

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ 4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю) 4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю) 7
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ 11

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция – один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

– Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

– Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

– Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

– Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

– Лекция-беседа – непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией, диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

– Лекция-дискуссия – свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

– Лекция с применением обратной связи – особый тип лекционного занятия, при котором в начале и конце каждого раздела лекции преподавателем задаются вопросы. Вопрос в начале раздела задается для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного

опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

– Проблемная лекция – опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос – это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

– Программированная лекция-консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов.

В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить для проведения лекции презентацию, которую можно органично интегрировать во все вышеупомянутые типы лекций в качестве формы визуальной поддержки.

В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов – это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОСМЫСЛЕНИЮ МЕСТА ЧЕЛОВЕКА В КОММУНИКАТИВНОМ МИРЕ.	
Тема 1.1.*Предмет, базовые аспекты коммуникаций*	Перечень изучаемых элементов содержания. Интегративный характер теории коммуникации. Аспекты теории коммуникации: онтологический, гносеологический, методологический и функциональный. Законы коммуникации: закон возрастания коммуникативных потребностей людей; закон ускорения и увеличения объема информационного обмена; закон системной организации и упорядочения структур посредством коммуникации; закон устойчивого воспроизводства сложившихся коммуникативных связей в природе и закон расширенного воспроизводства коммуникативных связей в обществе.
Тема 1.2. *Исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве*	Перечень изучаемых элементов содержания. Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли; современные концепции коммуникации; коммуникационный процесс; генезис массовых коммуникаций; коммуникативные революции; истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций; рассмотрение социальной коммуникации в контексте бихевиоризма, персонализма, экзистенциализма,

	символического интеракционизма; структурные модели коммуникации; основные элементы коммуникационного процесса; коммуникативные барьеры; классическая парадигма коммуникации, новая коммуникативная стратегия.; теория коммуникативной компетенции. .
РАЗДЕЛ 2. ПРАКТИЧЕСКИЕ СПОСОБЫ РЕАЛИЗАЦИИ ЧЕЛОВЕКА В КОММУНИКАТИВНОМ МИРЕ.	
Тема 2.1. *Виды, уровни, функции коммуникации*	Перечень изучаемых элементов содержания. Межличностная коммуникация, речевое и неречевое поведение, чувства и эмоции в межличностном общении; групповая коммуникация, понятие малой группы, разновидности малых групп, коммуникативные структуры малой группы; специфика коммуникации в малой группе, особенности коммуникации в семье; массовая коммуникация, ее специфические характеристики, структура и функции; роль массовой коммуникации в современном обществе в различных социальных ситуациях; межкулътурная коммуникация, зависимость коммуникации от культурного контекста, национально-культурный компонент в структурах коммуникации: информации, кодах, каналах, субъектах, коммуникативно-психологические конфигурации культур.
Тема 2.2. *Семиотика коммуникации*	Перечень изучаемых элементов содержания. Знаковая природа информации. Предмет семиотики. Знаковость (семиотичность) социальной коммуникации. Ключевые понятия семиотики: знак, знаковая система, семиозис. Билатеральность знака. Теория асимметричного дуализма С.О. Карцевского. Значение и значимость. Значение и смысл. Произвольность/мотивированность знака. Оппозиционность знака. Кумулятивность знака. Принцип системной конгруэнтности знака. Семиотическая триада: синтактика, семантика, прагматика. Типология знаков в концепции Ч. Пирса-Ч. Морриса: иконы, индексы, символы. Знаковые системы в онтогенезе и филогенезе (концепция А. Соломоника). Гомогенные и синкретические знаковые системы. .

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.
- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.
- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).
- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.
- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная

цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На

коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.
- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.
- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.
– Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОСМЫСЛЕНИЮ МЕСТА ЧЕЛОВЕКА В КОММУНИКАТИВНОМ МИРЕ.

Тема 1.1.*Предмет, базовые аспекты коммуникаций*

Вопросы для самоподготовки:

1.Субъекты коммуникации: адресант (говорящий/пишущий, передающая инстанция, генератор информации, продуциент, отправитель) и адресат (слушающий/читающий, принимающая инстанция, «потребитель» информации, воспринимающий, реципиент, получатель, реагент).

2. Адресант, его коммуникативные функции: инициация и идентификация коммуникативного акта.

3. Адресат, его коммуникативные функции: активное участие в структурировании коммуникативного акта, воздействие на речевую ситуацию.

4. Типичные коммуникативные стратегии адресата в а) неожидаемых коммуникативных актах, б) ожидаемых коммуникативных актах.

Тема 1.2. ***Исторические вехи дисциплины человек в коммуникативном пространстве***

Вопросы для самоподготовки:

1. Проблема общения в философии Ф. Шлейермахера.
2. Знак и значение: семиотика Ч. Пирса.
3. Концепция коммуникации Ф. Ницше.
4. Проблемы коммуникации в экзистенциализме.
5. Личность в общении: персонализм Э. Мунье.

РАЗДЕЛ 2. ПРАКТИЧЕСКИЕ СПОСОБЫ РЕАЛИЗАЦИИ ЧЕЛОВЕКА В КОММУНИКАТИВНОМ МИРЕ.

Тема 2.1. ***Виды, уровни, функции коммуникации***

Вопросы для самоподготовки:

1. Межкультурная коммуникация: теория, исследование и практика
2. Коммуникационная теория и методология
3. Массовая коммуникация в политике
4. Массовая коммуникация в культуре
5. Типы коммуникации и ее эффектов

Тема 2.2. *Семиотика коммуникации*

Вопросы для самоподготовки:

1. Теория асимметричного дуализма С.О. Карцевского.
2. Значение и значимость.
3. Значение и смысл.
4. Произвольность/мотивированность знака.
5. Оппозиционность знака.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Методические материалы актуализированы	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
2.	*	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
3.	*	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____
4.	*	Протокол заседания кафедры № ____ от «____» _____ 20____ года	__.__.____

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

КОММУНИКАЦИИ В СОЦИАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ И ВРЕМЕНИ

Направление подготовки

«42.03.02 Журналистика»

Направленность

« сетевая журналистика»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция – один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

– Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

– Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

– Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

– Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

– Лекция-беседа – непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией, диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

– Лекция-дискуссия – свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

– Лекция с применением обратной связи – особый тип лекционного занятия, при котором в начале и конце каждого раздела лекции преподавателем задаются вопросы. Вопрос в начале раздела задается для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения

только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

– Проблемная лекция – опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос – это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

– Программированная лекция-консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов.

В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить для проведения лекции презентацию, которую можно органично интегрировать во все вышеупомянутые типы лекций в качестве формы визуальной поддержки.

В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов – это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОММУНИКАЦИИ В СОЦИАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ И ВРЕМЕНИ.	
Тема 1.1.Интегративный характер коммуникации	Перечень изучаемых элементов содержания. Интегративный характер коммуникации. Аспекты коммуникации: онтологический, гносеологический, методологический и функциональный. Законы коммуникации: закон возрастания коммуникативных потребностей людей; закон ускорения и увеличения объема информационного обмена; закон системной организации и упорядочения структур посредством коммуникации; закон устойчивого воспроизводства сложившихся коммуникативных связей в природе и закон расширенного воспроизводства коммуникативных связей в обществе.
Тема 1.2. ***Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли***	Перечень изучаемых элементов содержания. Субстанционалистское и структуралистское понимание социального пространства. Относительность социального пространства. Статусная позиция. Сегментирование рынка.

	Целевая группа. Позиционирование. Пространство-время. Конъюнктура. Процессуальный характер пространства. Социальная относительность времени. Плотность времени. Сжатие социального времени. Свободное, необходимое и пустое время. Гибридизация пространства и времени
РАЗДЕЛ 2. ЧЕЛОВЕК В СОЦИАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ И ВРЕМЕНИ, РЕСУРСЫ И ИНСТРУМЕНТЫ КОММУНИКАЦИИ.	
Тема 2.1. Роль критического мышления в социокультурной коммуникации	Перечень изучаемых элементов содержания. Индивидуализация статусной позиции. Механизмы интеграции индивида в социальное поле. Статусная позиция, статус, роль, идентичность, социальные сети, «Зеркальное Я», «Идеальное Я», «Реальное Я», индивидуальные ресурсы, габитус, жизненный мир и его структура, интерсубъективность. Потребительский габитус.Знак. Символ. Символический капитал. Симулякра. Структура понимания. Потреблениекак текст. Свидетели и адресаты потребления. Структура понимания. Социальноеконструирование идентичности (принадлежности). Интертекст. Тело как текст.
Тема 2.2. Особенности коммуникации в информационном обществе	Перечень изучаемых элементов содержания. Понятие информационного общества. «Информационный взрыв» и его последствия в аксиологической перспективе. Особенности коммуникации в информационном обществе. Информатизация социокультурного пространства. Трансформация образования в условиях информационного общества. Информационные аспекты социокультурной коммуникации в условиях глобализации. Феномены информационного неравенства и информационных войн. Информационно-познавательная самостоятельность личности. Социокультурный аспект Интернет-коммуникаций..

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания.

Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.
Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.
Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.
Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:
- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.
- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.
- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).
- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.
- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности

посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.
- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.
- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.
- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.
- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.
- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.
- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.
- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.
- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень

знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.
- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.
- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.
– Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОММУНИКАЦИИ В СОЦИАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ И ВРЕМЕНИ.

Тема 1.1.Интегративный характер коммуникации

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие социокультурной коммуникации.
2. Типы социокультурной коммуникации.
3. Основные категории социокультурной коммуникации.
4. Взаимосвязь социокультурной коммуникации с другими отраслями научного знания

Тема 1.2. *Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли*

Вопросы для самоподготовки:

1. Парадигмы социокультурной коммуникации.
2. Основные функции социокультурной коммуникации.

3. Современные проблемы изучения социокультурной коммуникации.
4. Природа социально-коммуникативной деятельности в современной культуре.
5. Диалог поколений впространстве социокультурной коммуникации.

РАЗДЕЛ 2. ЧЕЛОВЕК В СОЦИАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ И ВРЕМЕНИ, РЕСУРСЫ И ИНСТРУМЕНТЫ КОММУНИКАЦИИ.

Тема 2.1. Роль критического мышления в социокультурной коммуникации

Вопросы для самоподготовки:

1. Образование как способ вхождения в культуру, науку и общество.
2. Виртуальные ресурсы социокультурной коммуникации в современном мире
3. Свидетели и адресаты потребления.
4. Структура понимания.
5. Социальное конструирование идентичности (принадлежности).

Тема 2.2. Особенности коммуникации в информационном обществе

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие информационного общества.
2. «Информационный взрыв» и его последствия ваксиологической перспективе.
3. Особенности коммуникации в информационном обществе.
4. Информатизация социокультурного пространства.
5. Трансформация образования в условиях информационного общества.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ДИАЛОГ В ЕВРАЗИЙСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Направление подготовки
«42.03.02 Журналистика»

Направленность
«журналистика»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ И ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция – один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

– Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

– Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

– Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

– Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

– Лекция-беседа – непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией, диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

– Лекция-дискуссия – свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

– Лекция с применением обратной связи – особый тип лекционного занятия, при котором в начале и конце каждого раздела лекции преподавателем задаются вопросы. Вопрос в начале раздела задается для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

– Проблемная лекция – опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос – это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

– Программированная лекция-консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов.

В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить для проведения лекции презентацию, которую можно органично интегрировать во все вышеупомянутые типы лекций в качестве формы визуальной поддержки.

В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов – это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. Евразийское пространство как геокультурный концепт в идеологической и межкультурной перспективе	
Тема 1.1. Геополитические и культурные теории евразийства	Евразийство как геокультурное понятие, имеющее стратегическое значение для современной отечественной культуры. Понятие о евразийском пространстве как о геополитическом и геокультурном концепте. Западные и отечественные идеи определения евразийского пространства. Евразийское культурно-семиотическое пространство в политическом и культурологическом аспектах.

Тема 1.2. Концепции диалогического взаимодействия литератур	Понятие о диалоге в философской и структурно-семиотической перспективе. Идеи М. Бубера и М. Бахтина о диалоге как об основе развития культуры и литературы. Семиотический полхода к диалогу культур в рамках Московской семиотической школы. Идеи Ю.М. Лотмана о культурах-донорах и культурах-реципиентах. Вяч. Вс. Иванов о диалоге литератур в широкой типологической перспективе. Общее представление о диалоге культур в рамках евразийского пространства. Понятие евразийского мифологического пространства в работах Вяч. Вс. Иванова. Русская культура и понятие «Другого»: враждебные нарративы vs диалогическое взаимодействие. Образ Руси в ранних западных травелогах.
РАЗДЕЛ 2. Запад и Восток в русской литературе XI – XIX веков**: между диалогом и противостоянием**	
Тема 2.1. Русская литература средних веков и первой половины XIX века: движение от Востока к Западу	Понятие о внутренней оппозиционности и многосоставности русской литературы, концепция «вмещающего ландшафта». Запад и Восток в культурной географии России. Русское средневековье – ориентация на Восток (византийская литературная традиция), эпоха Петра I – ориентация на Запад (западноевропейский литературный канон). Концепция В. Кожинова о взаимодействии русской и западной литератур в евразийском контексте. XVIII век русской литературы: Восток глазами Запада «Каиб: восточная повесть» А.Крылова. «Осведомление или некоторое поверение Вольтеровых о Китае примечаний» В. Братищева. Философские идеи Чаадаева («Россия - Ничто», «Первое философическое письмо»). Философия и эстетика русского романтизма: между национальным и европейским, диалог с западной традицией и восточная тема. «Кавказ как русский Восток» (П. Вайль). Тексты-двойники в аспекте литературного диалога: «Дубровский» Пушкина и «Жан Сбогар» Нодье; «Евгений Онегин» Пушкина и «Дон Жуан» Байрона. «Поэт-пророк» в «Подражаниях Корану» А.С. Пушкина и его французский источник. Трансформации жанра романтической баллады: от немецкого мистицизма к русскому фольклору. «Русские ночи» Одоевского: особая миссия славянского Востока. Ориентализм в творчестве позднего Лермонтова. «Восточный» вопрос у Тютчева. Стерн и Карамзин: общность метода и его трансформации. Роль литературно-художественных журналов в формировании литературного диалога между Россией и Европой в XVIII в.
Тема 2.2. Русский реализм в поисках геокультурной идентичности: литература и публицистика	Западники и славянофилы, почва vs цивилизация. Вопрос о национально-исторических истоках русской литературы: запад или восток? Концепция литературы у славянофилов (восточная традиция: акцент на духовно-воспитательной роли литературы). Роль учения славянофилов в развитии литературы почвенничества (Достоевский). Представления К.Н. Леонтьева об исторической миссии *русской культуры*. Русская литература второй половины XIX века как донор для западноевропейской литературы. Тексты-двойники в аспекте литературного диалога: «Госпожа Бовари» Флобера и «Анна Каренина» Толстого. Восток в творческом сознании Достоевского. Запад и Восток в романе Достоевского «Бесы». Концепция «всечеловечности» как сущности национального самосознания (речь Достоевского о Пушкине). Восприимчивость русской литературы и культуры к культурам других народов. Русский ориентализм второй половины XIX в.: ориентальный травелог Лескова. Мопассан и Тургенев. Диалог современной западной литературы с русской классикой, особое положение Достоевского. Тургенев как «русский европейский писатель». Книга Мельхиора Вогюэ «Русский роман» как знак подлинного открытия русской литературы на Западе. Средняя Азия на страницах русских писателей XIX в. *Роль литературно-художественных журналов в формировании* литературного диалога в XIX в.
РАЗДЕЛ 3. Русская литература XX – XXI вв. в евразийском контексте: «Свет с Востока»	
Тема 3.1. Русская литература 1910-х – 1920-х гг.: панмонголизм и скифство	Идеи философа Вл. Соловьева о панмонголизме (стихотворение «Панмоноглизм» и «Краткая повесть об Антихристе»). Идеи Бальмонта об Азии как об источнике мудрости, экзотическая эстетика Азии у Брюсова. Историософская концепция Востока в творчестве Андрея Белого. «Скифы» Блока. Восток и Запад в поэзии Гумилёва. Теория «скифства» (Иванов-Разумник), историко-литературная традиция скифства. Скифство и революция. Азиатская идентичность России в литературном альманахе «Скифы». Евразийцы (1921, сборник статей «Исход в Востоку»). Восточные традиции в творческом восприятия Бунина. Евразийские идеи в творчестве Хлебникова: буддизм и образ Азии. Феномен русской эмиграции в контексте литературного диалогизма: «свое / чужое». Восточный код в прозе Андрея Платонова («Джан»). Русская литература в диалоге с китайской традицией. Идея дальневосточного фронтира в эмигрантском изводе (А.А. Забияка) в контексте литературного диалога.

Тема 3.2. Русская литература второй половины XX в.: диалог с Востоком и Западом	Современная русская литература: между Западом и Востоком. Открытие Востока в русской песенной лирике посредством западной традиции. Творчество Виктора Пелевина как новый извод русского ориентализма. Восточный код и западные аллюзии в романах Виктора Пелевина. Восточный постмодернизм в творчестве Пелевина. Евразийский концепт в современной литературе: творчество Германа Садулаева. Отражение идей евразийства в современной отечественной фантастике (роман Г. Вишневецкого «Неизбирательное сродство. Роман из 1835-го года»).

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические занятия – одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических занятий:

– Деловая игра – это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры – на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) – в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) – в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки – научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

– Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

– Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т. д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

– Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

– Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

– Тренинг (англ. training, от train – обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

– Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

– Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

– Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия – это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего

поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

– Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата – сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

– Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников – 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

– Круглый стол – общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

– Коллоквиум – (лат. colloquium – разговор, беседа) – одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

– Метод «мозговой штурм» («мозговая атака», англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

– Метод проектов – это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

– Брифинг (англ. briefing от англ. brief – «короткий», «недолгий») – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

– Метод портфолио (от англ. portfolio – «портфель», «папка») – современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Евразийское пространство как геокультурный концепт в идеологической и межкультурной перспективе

Тема 1.1. Геополитические и культурные теории евразийства

Вопросы для самоподготовки:

1. Рецензия П.Н. Савицкого «Европа и Евразия» как один из манифестов евразийства.
2. Работа Н.С. Трубецкого «Вавилонская башня и смешение языков».
3. Концепции «Другого» / «Чужого» в литературно-философской перспективе.
4. Образ России в «Записках о Московии» Сигизмунда Герберштейна.
5. Фальшивое завещание Петра I как нарратив о России в западном культурно-литературном и идеологическом поле.

Тема 1.2. Концепции диалогического взаимодействия литератур

Вопросы для самоподготовки:

1. Евразийское культурно-семиотическое пространство в политическом и культурологическом аспектах.
2. Идеи о диалоге М. Бахтина и М. Бубера.
3. Идея культурной относительности Трубецкого применительно к русской литературе.
4. Способы коммуникации разных культурных традиций.
5. Понятие о нарративе как о мифе и «объяснительном рассказе».

РАЗДЕЛ 2. Запад и Восток в русской литературе XI – XIX веков**: между диалогом и противостоянием**

Тема 2.1. Русская литература средних веков и первой половины XIX века: движение от Востока к Западу

Вопросы для самоподготовки:

1._____ Концепция «вмещающего ландшафта».
2._____ Восток глазами Запада «Каиб: восточная повесть» А.Крылова.
3._____ Трансформации жанра романтической баллады: от немецкого мистицизма к русскому фольклору.
4._____ «Русские ночи» Одоевского: особая миссия славянского Востока.
5._____ Роль литературно-художественных журналов в формировании литературного диалога между Россией и Европой в XVIII в.

Тема 2.2. Русский реализм в поисках геокультурной идентичности: литература и публицистика

Вопросы для самоподготовки:

1._____ Вопрос о национально-исторических истоках русской литературы.
2._____ Представления К.Н. Леонтьева о миссии русской культуры.
3._____ Ориентальный травелог Лескова.
4._____ Восток в творческом сознании Достоевского.
5._____ Критика Достоевским западного либерализма.

РАЗДЕЛ 3. Русская литература XX – XXI вв. в евразийском контексте: «Свет с Востока»

Тема 3.1. Русская литература 1910-х – 1920-х гг.: панмонголизм и скифство

Вопросы для самоподготовки:

1._____ Образ Востока в «Окаянных днях» Бунина.
2._____ Влияние западного декадентства на поэзию старших символистов.
3._____ Буддизм в литературе Серебряного века.
4._____ Китайский текст в отечественной литературе XX века.
5._____ Концепция дальневосточного фронтира в отечественной литературе XX века.

Тема 3.2. Русская литература второй половины XX в.: диалог с Востоком и Западом

Вопросы для самоподготовки:

1._____ Понятие о постколониальной литературе.
2._____ Русская литературная эмиграция о ценностных ориентирах советской литературы.
3._____ Советская литературы: между общечеловеческим и национальным.
4._____ Критика идей глобализма в современной отечественной прозе.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекционных и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к лекционному занятию заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

– постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

– узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения практического занятия включает:

– консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Выделите главное, составьте план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно

приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного

источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;
Объем введения составляет две страницы текста.
4. Требования к основной части реферата:
Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;
Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;
Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;
В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);
Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);
Объем основной части составляет около 10 страниц.
5. Требования к заключению:
В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;
Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.
6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):
Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.
По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.
Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.
Требования к выполнению эссе:
1. Проводится письменно.
2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.
3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.
«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.
«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.
«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.
Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.
При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.
«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.
2. Оглавление.
3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).
4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).
5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Критерии оценки выполнения кейс-задания

– умение провести разбор ситуации;
– уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
– способность принимать управленческие решения;
– качество оформления отчета.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных

источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;
– в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;
– знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;
– свободное владение терминологией;
– ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;
– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;
– единичные ошибки в терминологии;
– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;
– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;
– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;
– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;
– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;
– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;
– незнание терминологии;
– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.
Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).
Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Дисциплина (модуль). Литературный диалог в евразийском пространстве
2. Раздел/Тема лекционного занятия. Евразийское пространство как геокультурный концепт в идеологической и межкультурной перспективе / Геополитические и культурные теории евразийства
3. Цели занятия. Сформировать у обучающихся представление о понятии «Евразия» как о стратегически важном концепте для отечественной культуры.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
	Евразийство как геокультурное понятие, имеющее стратегическое значение для современной отечественной культуры. Понятие о евразийском пространстве как о геополитическом и геокультурном концепте. Западные и отечественные идеи определения евразийского пространства. Евразийское культурно-семиотическое пространство в политическом и культурологическом аспектах.	Опрос, оценка знаний студентов

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия

Заявленная тема важна не только в общекультурном аспекте, но и гепололитическом. Специфика культуры и – уже – литературы той или иной страны не в последнюю очередь определяется ее геокультурным положением.

Использование вводного примера

Эта идея возникла довольно давно, с ней мы встречаемся уже в работах французских просветителей (ср. теорию географического детерминизма Монтескьё). После того, как мы раскроем ее истоки, перейдем к концепции Евразии как важнейшего геокультурного понятия.

Тема лекционного занятия: Геополитические и культурные теории евразийства

Текст лекции

Проблема определения евразийского пространства как геокультурного концепта. Является ли Евразия только географическим термином или же это понятие вмещает в себя нечто большее?

Термин «Евразия» в геополитическом измерении:

1._____Теория «Хартленда» Маккиндера. «Географическая ось истории». Понимание Евразии как главного стратегического «игрока» геополитического пространства. «Под хартлендом понималась Евразия, которая оценивалась как гигантская естественная крепость, недоступная для морских империй и богатая природными ресурсами». Цивилизации моря и цивилизации суши.

2._____Теория «Римленда» Спайкмана. Под Римлендом Спайкмен понимает промежуточный регион между Хартлендом и окружающими морями, включающий в себя Европу, Ближний Восток, Индию и Восточную Азию вплоть до Якутии. Формула Спайкмена звучит следующим образом: «Кто контролирует Римленд, тот контролирует Евразию; кто владеет Евразией, тот владеет миром». Влияние концепции Спайкмена на выработку геостратегии США.

3._____Представление о Евразии в русском евразийстве (Савицкий, Трубецкой и др.). Россия – ядро Евразии, Россия как ортодоксальная цивилизация, ориентируется на создание собственной идентичности. Русская цивилизация культурно не принадлежала ни либеральной Европе, ни азиатским империям. Концепция России как срединного мира. Культурологическое измерение русского евразийства.

4._____Современные представления о евразийстве. Причины популярности этих теорий сегодня.

Примеры, иллюстрации, демонстрация, видео

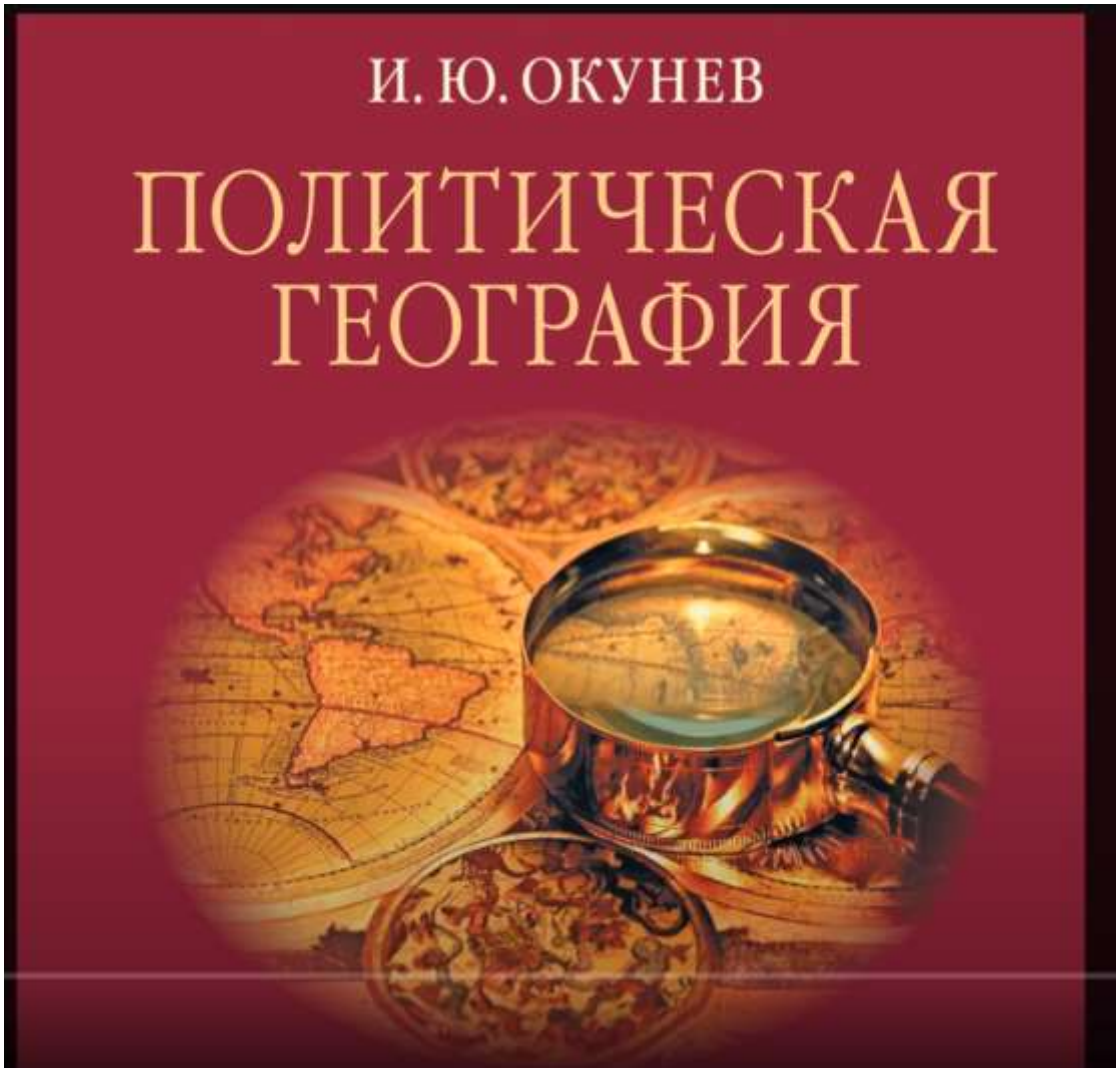
1. Хартленд на карте



2. Римленд на карте



И.Ю. Окунев, отрывок из книги «Политическая география»
https://www.youtube.com/watch?v=DZGKI120TD8



Взаимодействие с аудиторией, вопросы:
- В чем заключается стратегическая важность концепта Евразии на сегодняшний момент?
- В чем ключевое отличие империй суши от империй моря?
- Можно ли назвать Россию империей суши?

1. Дисциплина (модуль). Литературный диалог в евразийском пространстве
2. Раздел/Тема лекционного занятия. Евразийское пространство как геокультурный концепт в идеологической и межкультурной перспективе / Концепции диалогического взаимодействия литератур
3. Цели занятия. Сформировать у обучающихся представление об отечественных и западных концепциях межкультурного и межлитературного диалога.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
	Понятие о диалоге в философской и структурно-семиотической перспективе. Идеи М. Бубера и М. Бахтина о диалоге как об основе развития культуры и литературы. Семиотический полхода к диалогу культур в рамках Московской семиотической школы. Идеи Ю.М. Лотмана о культурах-донорах и культурах-реципиентах. Вяч. Вс. Иванов о диалоге литератур в широкой типологической перспективе. Общее представление о диалоге культур в рамках евразийского пространства. Понятие евразийского мифологического пространства в работах Вяч. Вс. Иванова. Русская культура и понятие «Другого»: враждебные нарративы vs диалогическое взаимодействие. Образ Руси в ранних западных травелогах.	Опрос, оценка знаний студентов

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия

Тема сегодняшнего занятия посвящена вопросам взаимодействия разных культурных парадигм. Эта тема «надстраивается» над материалом нашей предыдущей лекции, она позволяет рассмотреть механизмы передачи и формирования разных литературных традиций, соотнесенных с разными геокультутными зонами.

Использование вводного примера

Ключевой тезис нашей сегодняшней лекции заключается в том, что рефлексия над формами литературного взаимодействия также имеет свою специфическую геокультурную привязку. Западная традиция разрабатывает концепцию диалога как «субъект-субъектную» форму коммуникации, отечественная традиция включает в область диалога соборную категорию «мы».

Тема лекционного занятия: Концепции диалогического взаимодействия литератур

Текст лекции

Античные истоки понятия диалога, диалогизм в философии Сократа, Платона и Аристотеля.

Возрождение идеи диалога в Новое время. Западные и отечественные концепции диалогического взаимодействия. Западная концепция диалога «я – ты». Труды М.Бубера, Ф.Розенцвейга, Ф.Эбнера, О.Розенштока-Хюсси. Понятие «коммунитас» в работах В. Тернера. Концепция диалога Л. Фейербаха: «Истинная диалектика не есть монолог одинокого мыслителя с самим собой, это диалог между Я и Ты». В.С. Библер: культура как форма диалога.

Отечественная философская традиция «я/ты - мы». Роль христианской теории соборности в осмыслении диалога. Диалог в русской философии как предмет осмысления для А.Введенского, Н.Лосского, П.Флоренского, С.Булгакова.

Диалог в трудах Бахтина. Бахтин как предшественник концепции интертекстуальности (Ю. Кристева). Интертекстуальность как форма литературного диалога. Типы интертекстуальности. Культура и литература как пространства диалога. Отсутствие границ у культурных явлений. Конкретизация литературного диалога в понятии «полифонизм». Полифонизм текстов Достоевского. Диалог культурных миров Г.С. Померанца.

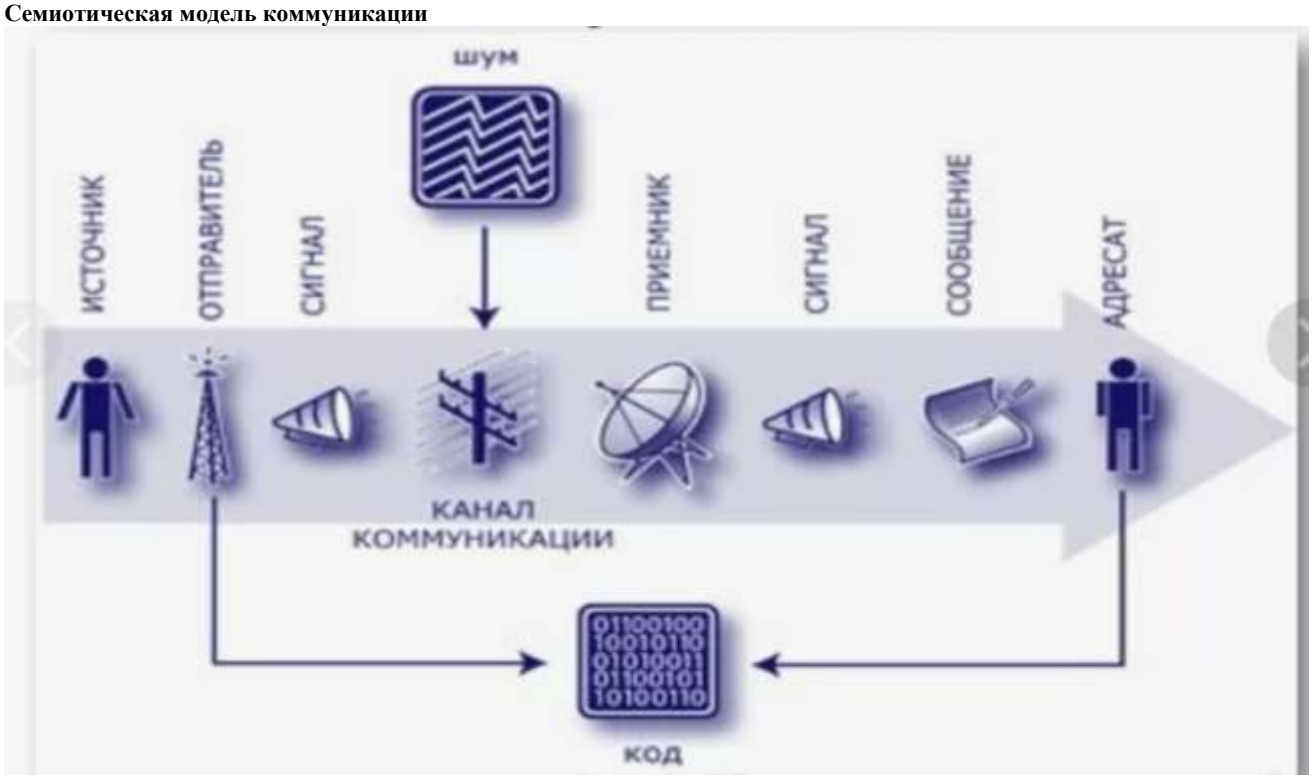
Концепция диалога культур / литератур в рамках московской семиотической школы. Понятие «памяти культуры» в работах Вяч. Вс. Иванова. Механизмы диалога литератур по Лотману. Принципы диалогического взаимодействия литератур по Лотману:

- попеременная активность передающей и принимающей традиции;
- выработка общего языка общения;
- односторонний поток текстов, которые откладываются в памяти принимающей литературы;
- овладение чужим языком и свободное им пользование;
- усвоение правил порождения чужих текстов и воссоздание по этим правилам аналогичных им новых текстов.

Демонстрация этих принципов на примере классической русской литературы в аспекте ее взаимодействия с западноевропейской традицией.

Примеры, иллюстрации, демонстрация, видео

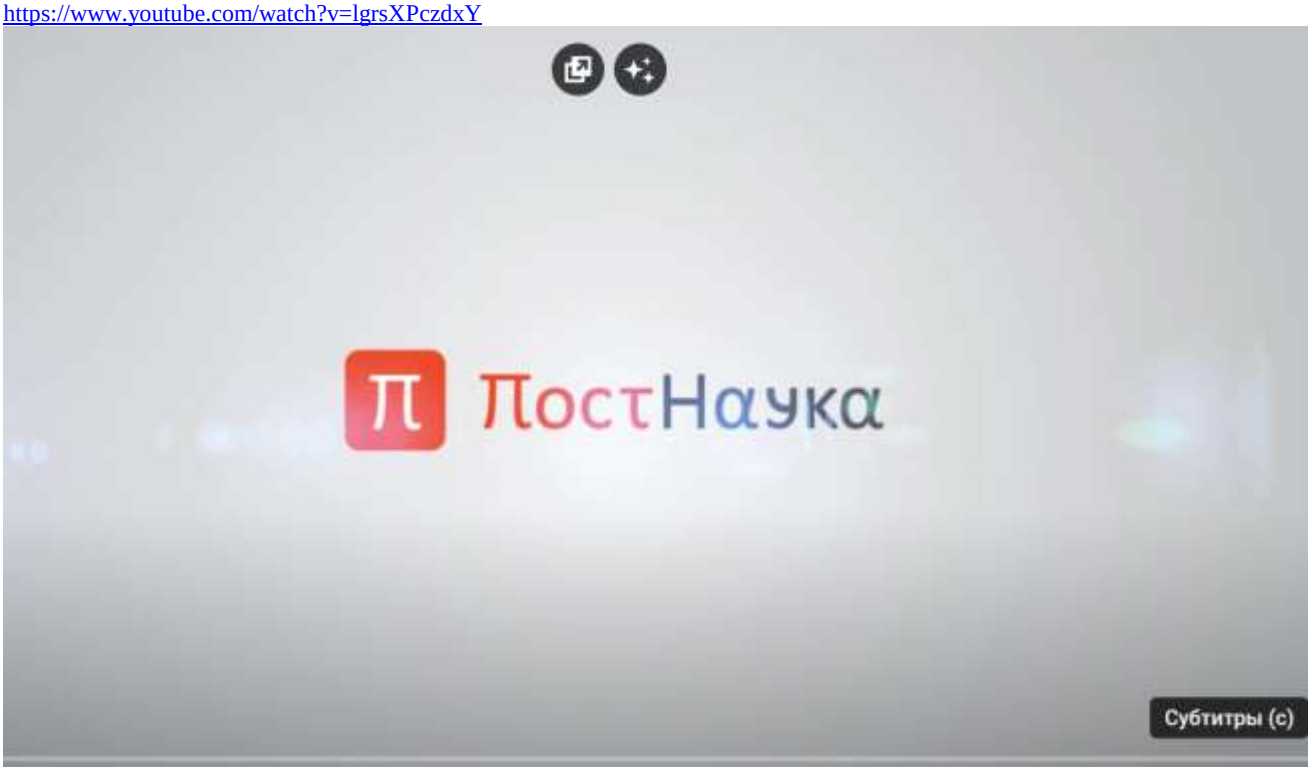
Семиотическая модель коммуникации



Бахтин, философия диалога



Философия диалога Бахтина – Алексей Козырев
https://www.youtube.com/watch?v=lgrsXPczdxY



Лотман Ю.М. Общение между людьми

https://www.youtube.com/watch?v=WldZHhcLKjc



Взаимодействие с аудиторией, вопросы:
- В чем заключается основное отличие западных концепций диалогического взаимодействия от отечественных?
- Почему литература не может существовать вне межкультурного диалога?

1. Дисциплина (модуль). Литературный диалог в евразийском пространстве
2. Раздел/Тема лекционного занятия. Запад и Восток в русской литературе: между диалогом и противостоянием / Русская литература средних веков и первой половины XIX века: движение от Востока к Западу
3. Цели занятия. Сформировать у обучающихся представление о специфике русской литературы соответствующего периода в аспекте освоения ею разных культурных парадигм.

4. Структура лекционного занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения

	Понятие о внутренней оппозиционности и многосоставности русской литературы. Запад и Восток в культурной географии России. Русское средневековье – ориентация на Восток (византийская литературная традиция), эпоха Петра I – ориентация на Запад (западноевропейский литературный канон). Концепция В. Кожинова о взаимодействии русской и западной литератур в евразийском контексте. XVIII век русской литературы: Восток глазами Запада «Каиб: восточная повесть» А.Крылова. «Осведомление или некоторое поверение Вольтеровых о Китае примечаний» В. Братищева. Философские идеи Чаадаева («Россия - Ничто», «Первое философическое письмо»). Философия и эстетика русского романтизма: между национальным и европейским, диалог с западной традицией и восточная тема. «Кавказ как русский Восток» (П. Вайль). Тексты-двойники в аспекте литературного диалога: «Дубровский» Пушкина и «Жан Сбогар» Нодье; «Евгений Онегин» Пушкина и «Дон Жуан» Байрона. «Поэт-пророк» в «Подражаниях Корану» А.С. Пушкина и его французский источник. Трансформации жанра романтической баллады: от немецкого мистицизма к русскому фольклору. «Русские ночи» Одоевского: особая миссия славянского Востока. Ориентализм в творчестве позднего Лермонтова. «Восточный» вопрос у Тютчева. Стерн и Карамзин: общность метода и его трансформации. Роль литературно-художественных журналов в формировании литературного диалога между Россией и Европой в XVIII в..	Опрос, оценка знаний студентов

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия

Заявленная тема предполагает анализ специфики русской литературы времени (средние века – первая половина XIX столетия) в геокультурном контексте диалога между Востоком и Западом.

Использование вводного примера

Проблемная ситуация нашего сегодняшнего занятия состоит в том, что русская литература на заре своего существования тесно связывается с греко-византийской традицией, а в XVIII веке она резко разворачивается в сторону западноевропейской культуры. Был ли «Великий Раскол»? Каковы шансы гармоничного взаимодействия разных парадигм внутри русской литературы?

Тема лекционного занятия: Геополитические и культурные теории евразийства

Текст лекции

Понятие о внутренней оппозиционности и многосоставности русской литературы. Русская литература между полюсами Запада и Востока. Русская средневековая литература: ориентация на Восток (Византия). Необходимость подхода к древнерусской литературе с собственных позиций (ее нельзя понять с позиции европейской литературы). Византийский структурный литературный тип как литературный тип «неевропейских цивилизаций». Византийская литературная традиция как наследник эллинизма. Идеи Н.С. Трубецкого о двух типах христианства, западном и восточном, в проекции на литературную традицию средневековья. Особая связь восточного христианства с народом.

Византийский код в русской средневековой литературе. Основные черты древнерусской литературы, связанные с византийским кодом:

1._____ Связь философии и религии.

2._____ Литература как эманация религии. Религиозное содержание большинства памятников,

3._____ Культ слова.

4._____ Воздействие эстетической сферы на интеллектуальную и духовно-телесная целостность.

5._____ Древнерусская литература как преддверие в мир восточнославянской и русской цивилизации.

6._____ Древнерусская литература как особый тип:

7._____ Установка на историзм, ретроспективная аналгия – традиционализм.

8._____ Особая концепция времени, связанная с восточным христианством: время

историческое (летопись), вечность (притча).
9._____ История и вечность не предполагают вымысла – историчность древнерусской литературы и позднее возникновение беллетристики. Нет своеволия писателя, есть канон. Писатель не сочиняет, а передает. Имперсональность.
10._____ Связь литературы и политической власти, проблема власти и святости – отзвуки византийских представлений.
Анализ текстов в заданном ракурсе: «Повесть временных лет», «Слово о Законе и Благодати» митрополита Иллариона, «Житие Александра Невского», «Хожение за три моря» Афанасия Никитина.
Концепция В. Кожинова о взаимодействии русской и западной литератур в евразийском контексте. Духовные приоритеты русской литературы и ее коренное отличие от западной литературной традиции.
XVIII век русской литературы. Резкий поворот к западной культуре. Установка на светскую традицию, отказ от средневековой парадигмы. Влияние на русскую литературу идеологии западного Просвещения. Однако средневековая культура как будто «уходит в подтекст» и остается в литературе в виде учительности и установке на морально-нарвственные ориентиры. Сложные отношения с традицией, анализ статьи Ю.М. Лотмана и Б. Успенского «Отзвуки концепции “Москва – III Рим” в идеологии Петра I»).
Однако Восток никуда не уходит. Отказ от византийского наследия вовсе не означал, что тема Востока «закрыта». Восток проникает в русскую литературу парадоксально, посредством европейской. Так, в русской литературе XVII века снова появляется тема востока. Восточная повесть проникает через западную, французскую литературу (Кубачева). Здесь Восток предстает как тема и объект изображения. Получается, что русская культутра в XVIII века осваивает Восток через западную традицию.
Восточные сюжеты в русской журнальной прозе второй половины XVIII века. «Русско-индийские» связи: «Саконтала» Карамзина и его же «Бедная Лиза», мотивное сходство ситуаций
Анализ текстов в заданном ракурсе: ода Державина «Фелица», «Каиб: восточная повесть» А.Крылова. «Осведомление или некоторое поверение Вольтеровых о Китае примечаний» В. Братищева.
Запад и Восток в русской литературе XIX в. Начало поисков своей самобытности. Концепция «национального в романтизме». Поиск национальной идентичности как основной вектор развития романтизма (Л.В. Федотова).
Философия и эстетика русского романтизма: между национальным и европейским, диалог с западной традицией и восточная тема. «Кавказ как русский Восток» (П. Вайль). Идея экзотического пространства внутри России.
Философские идеи Чаадаева («Россия - Ничто», «Первое философическое письмо»). «Русские ночи» Одоевского: особая миссия славянского Востока
Трансформации жанра романтической баллады: от немецкого мистицизма к русскому фольклору. Баллады Жуковского «Людмила» и «Светлана»
Ориентализм в творчестве Лермонтова. Коранический нарратив в сказке «Ашик-Кериб»
«Восточный» вопрос у Пушкина и Тютчева. Концепт «поэт-пророк» в «Подражаниях Корану» А.С. Пушкина и его французский источник. Стихотворение «Пророк» в контексте «Подражаний Корану»
А.С. Пушкина
Стерн и Карамзин: общность метода и его трансформации. Роль литературно-художественных журналов в формировании литературного диалога между Россией и Европой в XVIII в.
Анализ текстов в заданном ракурсе. Тексты-двойники в аспекте литературного диалога: «Дубровский» Пушкина и «Жан Сбогар» Нодье; «Евгений Онегин» Пушкина и «Дон Жуан» Байрона. «Поэт-пророк» в «Подражаниях Корану» А.С. Пушкина и его французский источник.

Примеры, иллюстрации, демонстрация, видео

Афанасий Никитин «Хожение за три моря», разбор от Российского исторического общества
https://www.youtube.com/watch?v=u5U_PA3t-oY



Лекция профессора Ужанкова о «Русских ночах» https://www.youtube.com/watch?v=kq1D57soesQ



Взаимодействие с аудиторией, вопросы:
- Как вы думаете, смогла ли русская литература / культура преодолеть раскол между Востоком и Западом?
- Как можно охарактеризовать взаимодействие русской литературы начала XVIII века с западной – это был полноправный диалог или же одностороннее влияние ?
- Как Афанасий Никитин воспринимает чуждую ему культуру?

1. Дисциплина (модуль). Литературный диалог в евразийском пространстве
2. Раздел/Тема лекционного занятия. Запад и Восток в русской литературе: между диалогом и противостоянием / Русский реализм в поисках геокультурной идентичности: литература и публицистика
3. Цели занятия. Сформировать у обучающихся представление о философско-литературном поиске культурной идентичности в русской литературе и публицистике
4. Структура лекционного занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
	Русская литература второй половины XIX века как донор для западноевропейской литературы. Творческое взаимодействие Тургенева и Мопассана. Журнальная полемика 40-х гг., в рамках которой на первый план выходит вопрос национального своеобразия русской литературы, находящейся между восточной и западной парадигмами. Вопрос о либерализме, консерватизме и патриотизме. Западники и славянофилы, почва vs цивилизация. Вопрос о национально-исторических истоках русской литературы: запад или восток? Концепция литературы у славянофилов (восточная традиция: акцент на духовно-воспитательной роли литературы). Роль учения славянофилов в развитии литературы почвенничества (Достоевский). Представления К.Н. Леонтьева об исторической миссии русской культуры. Тексты-двойники в аспекте литературного диалога: «Госпожа Бовари» Флобера и «Анна Каренина» Толстого. Восток в творческом сознании Достоевского. Запад и Восток в романе Достоевского «Бесы». Концепция «всечеловечности» как сущности национального самосознания (речь Достоевского о Пушкине). Восприимчивость русской литературы и культуры к культурам других народов. Русский ориентализм второй половины XIX в.: ориентальный травелог Лескова. Мопассан и Тургенев. Диалог современной западной литературы с русской классикой, особое положение Достоевского. Тургенев как «русский европейский писатель». Книга Мельхиора Вогюэ «Русский роман» как знак подлинного открытия русской литературы на Западе. Средняя Азия на страницах русских писателей XIX в. Роль литературно-художественных журналов в формировании литературного диалога в XIX в.	Опрос, оценка знаний студентов

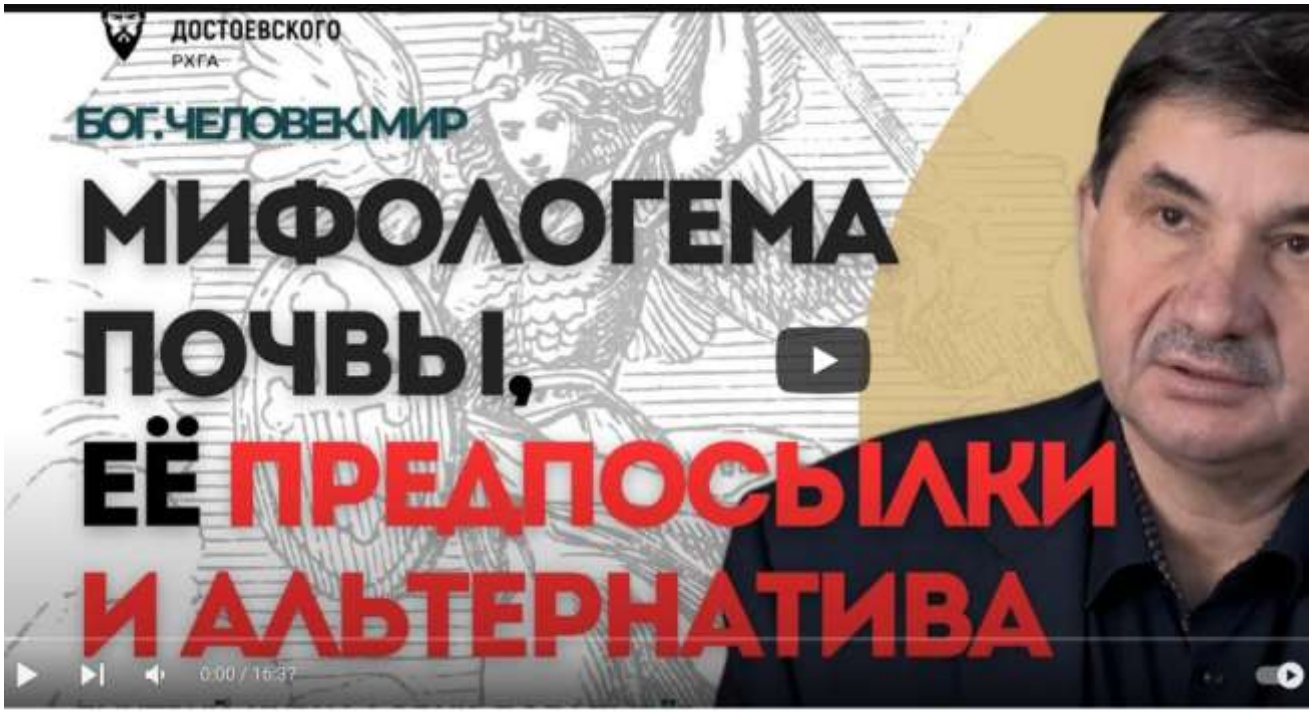
5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.
Формулирование темы занятия
Русская литература второй половины XIX столетия снова актуализирует тему Востока и Запада, но уже на другом литературно-философском уровне.
Использование вводного примера
Русская литература становится литературой-донором. Соответственно меняются принципы литературного диалога.
Тема лекционного занятия: Русский реализм в поисках геокультурной идентичности: литература и публицистика
Текст лекции
Во второй половине XIX века русская литература становится «донором» (в терминах Ю.М. Лотмана), она начинает поставлять жанровые образцы для развития западноевропейского романа. Яркий пример литературного диалога- творческие отношения Тургенева и Мопассана. Лариса Михайлова пишет:
«Петра Первого, русская светская литература была вторична по отношению к западноевропейской, то появление в XIX веке

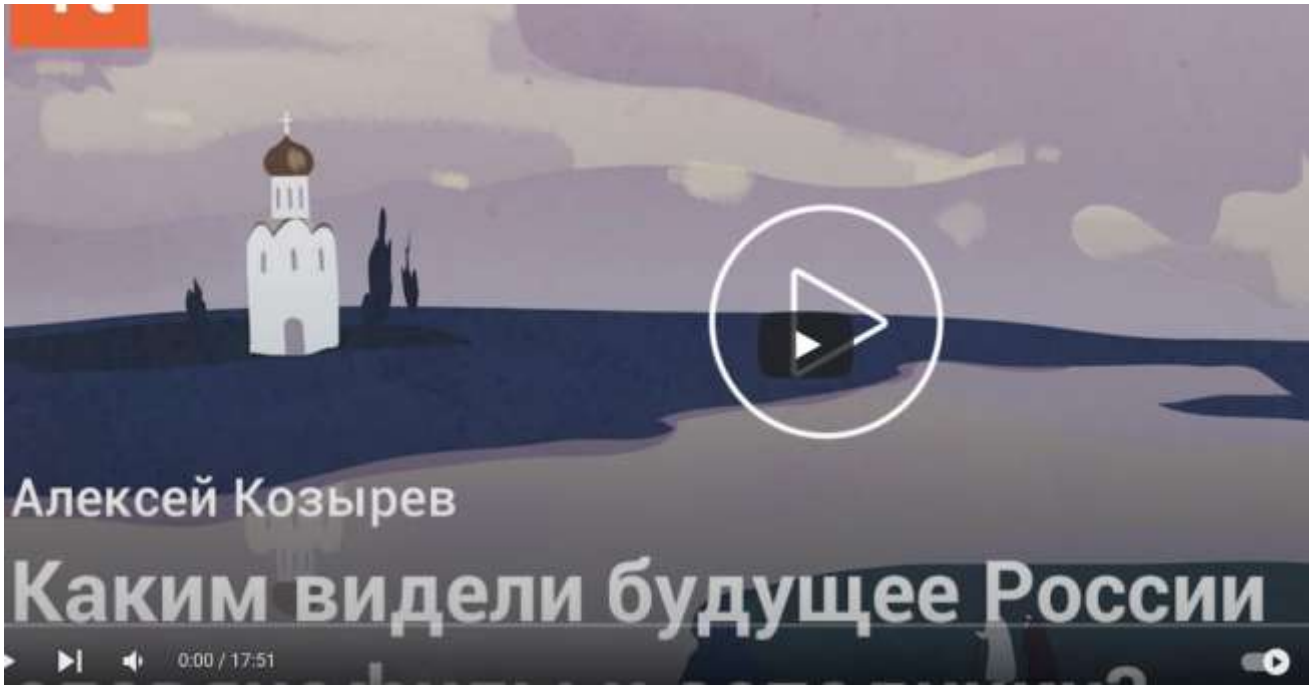
на европейском горизонте русского Ивана Тургенева сделало русскую литературу объектом изучения и даже подражания для многих европейских авторов. Известный французский писатель Ги де Мопассан считал Ивана Тургенева, наряду с Густавом Флобером, своим учителем. О том, с какой симпатией и уважением Мопассан относился к Тургеневу, можно узнать из его очерка «Иван Тургенев», в котором автор даёт как визуальный, так и психологический портрет российской знаменитости»
Тургенев был неким «мостом», который соединял западную и отечественную литературу. Однако не все русские писатели шли по этому пути. Совершенно противоположную ценностную позицию занимал Достоевский. Полемика Тургенева и Достоевского является частью журнальной полемики 40-х гг., в рамках которой на первый план выходит вопрос национального своеобразия русской литературы, находящейся между восточной и западной парадигмами. Либерализм vs консерватизм – именно это противопоставление обнаружилось в литературной полемике, под которой, как водится в русской литературе, скрывались сугубо политические смыслы.
Каковы же были основные идеологические вехи полемики? И здесь мы должны обратиться к идеологии западников, славянофилов и идеям почвенничества.
Славянофилы: в основе взглядов славянофилов лежит идея о том, что вся Европа разделена на два мира - Запад и Восток; вся культура Европы - на две культуры: западноевропейскую и греко-славянскую.
Западники: в основе взглядов западников лежит идея о том, что Россия долдны была пойти европейскому пути, допетровская Русь – тьма невежества.
Почвенничество: почвенничество занимает срединное положение между западнической и славянофильской парадигмами. Представление о России как о «срединном» мире – предшествующее идеям евразийцев.
«Госпожа Бовари» Флобера и «Анна Каренина» Л. Толстого. Мысль семейная у Толстого и «психофизиологический» анализ у Флобера. Разница авторских позиций относительно изображаемых событий: отстранённость Флобера и моральный диктат Толстого. Связь Толстого с этической традицией, характерной для русской литературы.

Примеры, иллюстрации, демонстрация, видео

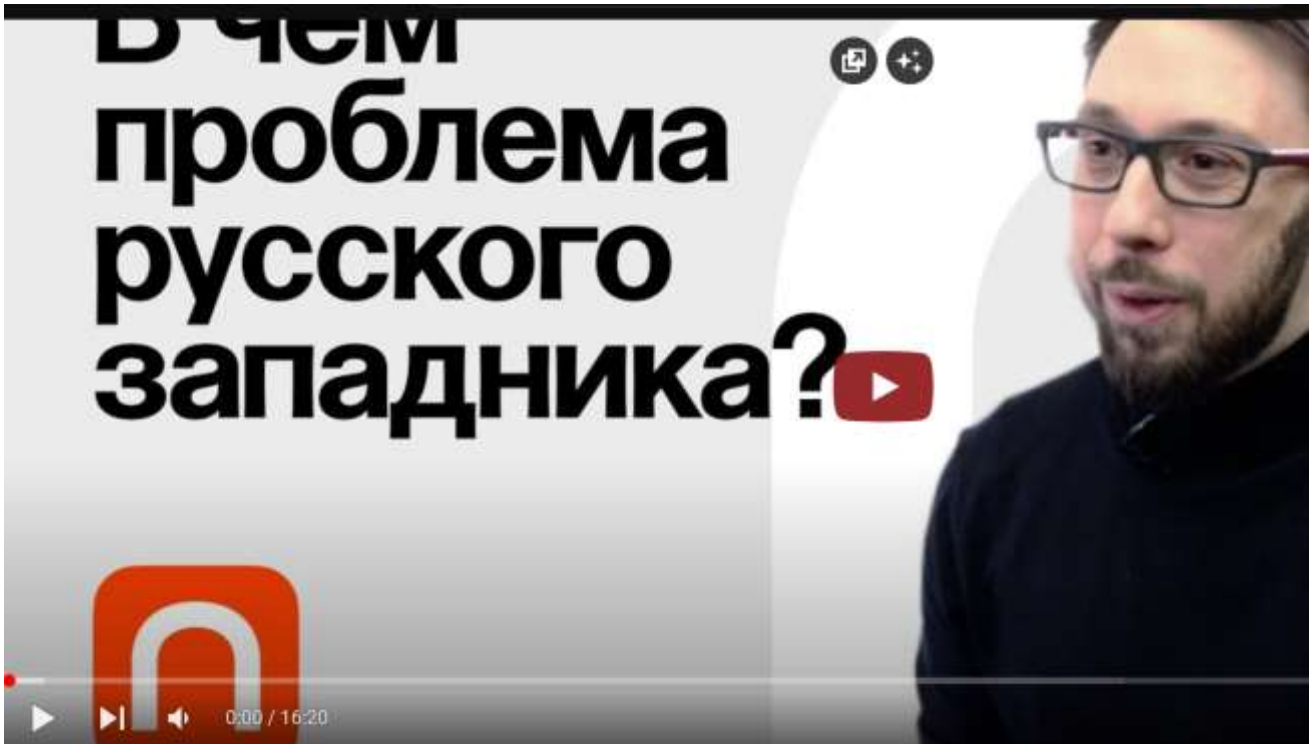
Богатырев Д.К. Мифологема почвы, ее предпосылки и альтерантивы
https://www.youtube.com/watch?v=Bo9AW1SvTGY



Козырев А. Славянофилы и западники
https://www.youtube.com/watch?v=xNqaZw0CKow



Проскудин Б. Тургенев и драма русского западничества (о споре Тургенева и Достоевского)
https://www.youtube.com/watch?v=A9TvQQ2seX4



Взаимодействие с аудиторией, вопросы:
- В чем заключается идеологический спор Тургенева и Достоевского?
- Обозначьте вехи дискуссии западников и славянофилов?
- В чем отличие почвенничества от славянофильской системы идей?

1. Дисциплина (модуль). Литературный диалог в евразийском пространстве
2. Раздел/Тема лекционного занятия. Русская литература XX – XXI вв. в евразийском контексте: «Свет с Востока» / Русская литература 1910-х – 1920-х гг.: панмонголизм и скифство
3. Цели занятия. Сформировать у обучающихся представление о развитии литературного диалога на рубеже веков.

4. Структура лекционного занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения

	Две линии осмысления литературно-философского диалога с Востоком: западная и отечественная. Русский извод диалога соотносится с идеями В.Соловьева и движением скифства; западная линия соотносится с репрезентацией Азии как утонченной в этетическом и философском смысле культуры. «Трёхстороннее» взаимодействие как подлинный культурный полилог, отечественная литература оказывается полноправным его участником. Идеи философа Вл. Соловьева о панмонголизме (стихотворение «Панмоноглизм» и «Краткая повесть об Антихристе»). Идеи Бальмонта об Азии как об источнике мудрости, экзотическая эстетика Азии у Брюсова. Историософская концепция Востока в творчестве Андрея Белого. «Скифы» Блока. Восток и Запад в поэзии Гумилёва. Теория «скифства» (Иванов-Разумник), историко-литературная традиция скифства. Скифство и революция. Азиатская идентичность России в литературном альманахе «Скифы». Евразийцы (1921, сборник статей «Исход в Востоку»). Восточные традиции в творческом восприятия Бунина. Евразийские идеи в творчестве Хлебникова: буддизм и образ Азии. Феномен русской эмиграции в контексте литературного диалогизма: «свое / чужое». Восточный код в прозе Андрея Платонова («Джан»). Русская литература в диалоге с китайской традицией. Идея дальневосточного фронтира в эмигрантском изводе (А.А. Забияка) в контексте литературного диалога.	Опрос, оценка знаний студентов

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия

Рубеж XIX – XX вв. ознаменовался новым этапом развития литературного диалога. Его специфические особенности и стали предметом нашего лекционного занятия.

Использование вводного примера

На рубеже веков в развитии литературного диалога мы наблюдаем совершенно иной разворот. Формируется две линии осмысления Востока: опосредованный западной традицией и оригинальная русская линия.

Тема лекционного занятия: Геополитические и культурные теории евразийства

Текст лекции

Обратимся к русскому варианту. Здесь на первый план выходит идея о том, что русская культура сопряжена с Востоком. Именно об этом – эсхатологические чаяния философа Владимира Соловьева, провозвестник идеи панмоноголизма в Серебряном веке. Этому вопросу посвящены две ключевые работы философа: стихотворение «Панмоноголизм» и «Краткая повесть об Антихристе». Соловьевский панмоголизм сопрягается с сюжетом о судьбе европейской цивилизации. По Соловьёву, XX век ознаменуется окончанием европейского владычества, и на первый план выйдут страны Азии: Япония, Китай и др.

По Соловьёву «Европа будет покорена монголами и новое иго продлится полвека, а 21 век ознаменуется восстанием объединённых европейских народов и свержением восточного ига. В период, когда освобождённая Европа будет представлять собой союз свободных государств – европейские соединённые штаты, к власти придёт «грядущий человек» – антихрист, который построит свою политику на псевдогуманистических принципах и заменит ими христианские ценности».

Идеи Соловьева отразились в творчестве малдших символистов: Белого и Блока. В твореческве Белого максимально полно идея противостояния Запада и Востока актуализируется в повести «Серебряный голубь», где Белый дает пессимистический прогноз развития западной цивилизации.

В поэзии Блока идеи Соловьева проявляются в знаменитом стихотворении «Скифы», где Блок однозначно ассоциирует русскую цивилизацию с Востоком, представляя последний как хтоническую безудержную стихию.

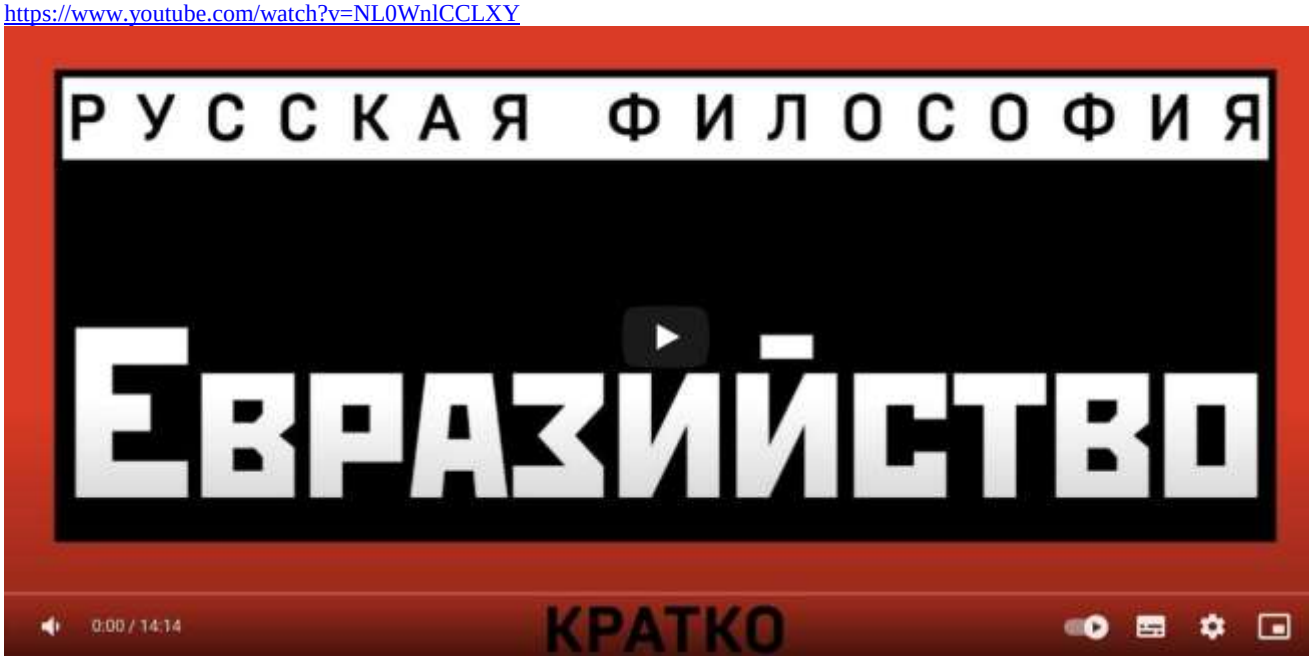
Эта концепция Востока разительным образом отличается от диалога с восточной литературой и культурой, представленной в творчестве Бальмонта и Гумилева. У Бальмонта – Азия (преимущественно Дальний Восток) – это утонченная культура, источник мудрости. Здесь также не следует забывать другого очень важного момента. Рецепция такого Востока, как и в XVIII веке, была опосредована западной культурой и литературой. Так, скажем, интерес к буддизму мог проникнуть в русскую литературу через Шопенгауэра, этим учением, как писал в свое время Белый, пропитан воздух. Таким образом, мы наблюдаем здесь подлинный культурный полилог, отечественная литература оказывается полноправным его участником.

Ярким продолжением идей Соловьева стало литературно-философское течение скифства. Основателем этого течения был Иванов-Разумник. Идеология скифов явилась прямой предшественницей евразийских исканий. Эти течения ставят

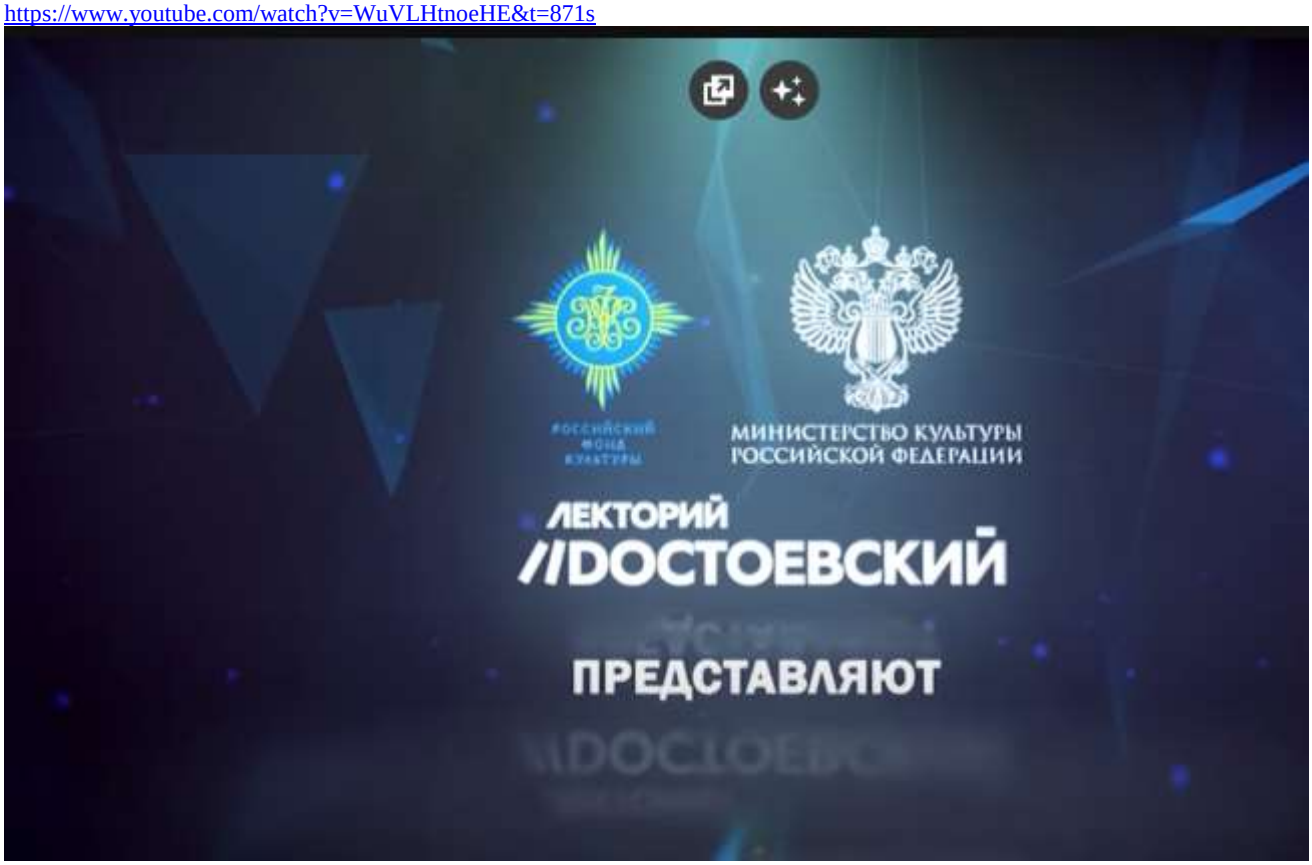
центральный вопрос для русской философии, политической мысли и художественной литературе рубежа XIX — XX веков — вопрос о судьбе России, выборе ею исторического пути, о ее принадлежности к западной или восточной цивилизации и культуре. В обоих случаях постулируется срединный русский путь с уклоном на Восток.
Новый этап развития диалога дате русский авангард. Здесь необходимо особенно выделить фигур Хлебникова. Знаменитые эксперименты Хлебникова в области словотворчества сопрягаются с исканиями Трубецкого.

Примеры, иллюстрации, демонстрация, видео

О евразийстве и русской философии
https://www.youtube.com/watch?v=NL0WnlCCLXY



Евразийство против трех идеологий модерна
https://www.youtube.com/watch?v=WuVLHtnoeHE&t=871s



Взаимодействие с аудиторией, вопросы:
- В чем сходство идей Хлебникова и Трубецкого?

- Как рассматривался Восток в творчестве Брюсова?
- Как воплощается Восток в лирике Бальмонта?

1. Дисциплина (модуль). Литературный диалог в евразийском пространстве
2. Раздел/Тема лекционного занятия. Русская литература XX – XXI вв. в евразийском контексте: «Свет с Востока» / Русская литература второй половины XX в.: диалог с Востоком и Западом
3. Цели занятия. Сформировать у обучающихся представление о специфических особенностях литературного диалога в литературе второй половины XX в.

4. Структура лекционного занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
	Современная русская литература: между Западом и Востоком. Открытие Востока в русской песенной лирике посредством западной традиции. Творчество Виктора Пелевина как новый извод русского ориентализма. Восточный код и западные аллюзии в романах Виктора Пелевина. Восточный постмодернизм в творчестве Пелевина. Евразийский концепт в современной литературе: творчество Германа Садулаева. Отражение идей евразийства в современной отечественной фантастике (роман Г. Вишневецкого «Неизбирательное сродство. Роман из 1835-го года»**).**	Опрос, оценка знаний студентов

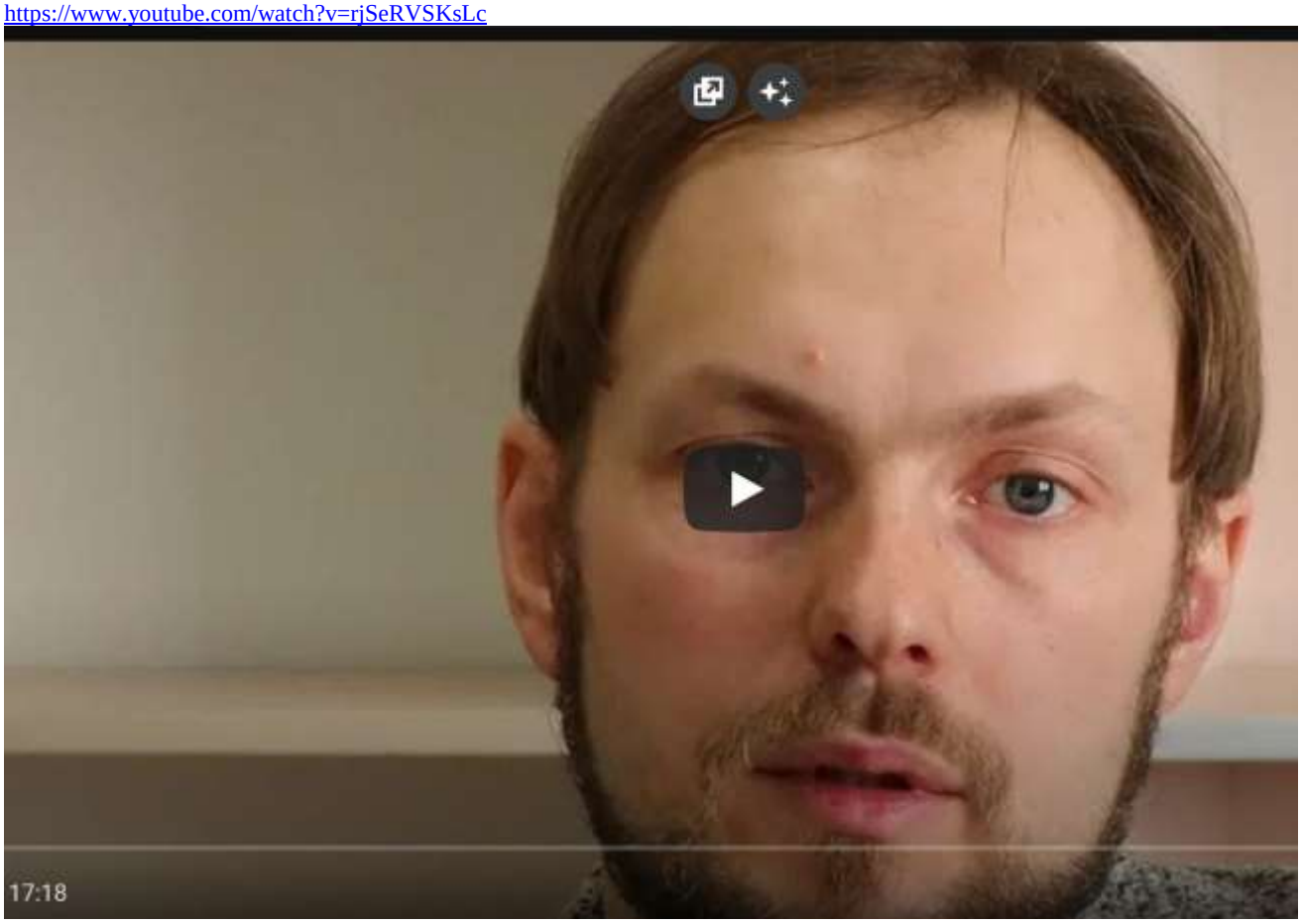
5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.
Формулирование темы занятия
Заявленная тема ставит важный вопрос, который касается механизмов освоения западной и восточной литературной традиции в русской литературе второй половины XX в.
Использование вводного примера
Вторая половина XX века ознаменовалась новым уровнем диалогического взаимодействия отечественной литературы с западной и восточной традициями. В первую очередь следует указать на специфику освоения восточной темы.
Тема лекционного занятия: Геополитические и культурные теории евразийства
Текст лекции
Так, если в советское время Восток был связан с центральноазиатскими мотивами, то в литературе конца XX века ситуация радикально изменилась. Русская литература начинает осваивать восточную традицию совершенно в новом историко-литературном ключе – постмодернистком. Возникает понятие восточного поствмодернизма, которое демонстрирует удивительное сопряжение западных идей кризиса культуры с восточной буддийской парадигмой, предполагающей относительность любого познания.
Восточные учения, трактуемые в таком ракурсе, стали основой поэтики Виктора Пелевина. Писатель использует восточные идеи и тематические и как «принцип конструкции» своих текстов. Так, например, знаменитый роман Пелевина «Чапаев и пустота» построена на высказывании, приписываемом Лао-Цзы: «Однажды я, Чжуан Чжоу, увидел себя во сне бабочкой – счастливой бабочкой, которая порхала среди цветков в свое удовольствие и вовсе не знала, что она – Чжуан Чжоу. Внезапно я проснулся и увидел, что я – Чжуан Чжоу. И я не знал, то ли я Чжуан Чжоу, которому приснилось, что он – бабочка, то ли бабочка, которой приснилось, что она – Чжуан Чжоу. А ведь между Чжуан Чжоу и бабочкой, несомненно, есть различие. Вот что такое превращение вещей!». Двоящийся хронотоп романа, поэтика трансформации базируется именно на этом восточном представлении о текучести всех вещей.
Диалог с западной традицией реализуется в литературе конца XX века преимущественно в сфере постмодернистских исканий: концептуализм, постмодернистский роман – это все «рефлексы» западной традиции.
Однако в этот период начинают развиваться и совершенно другие тенденции, связанные с актуализацией идей евразийства. Очерки политической истории Чечни от Хазарского каганата до наших дней", доказывают, что идея евразийства доминирует в его социокультурной картине мира, поскольку лежит в основе национальной, то есть государственной российской идеи.
«Евразийская фантастика»: Вишневецкий "Неизбиральное сродство. 1836 год». В романе предстает культурно гетерогенный хронотоп: русский, европейский, азиатский. Этот хронотоп обогащается геополитическими идеями и мистикой. Исторически точно дается антураж эпохи. В целом роман продолжает традицию мистического реализма.
Особое место занимает центральноазиатский хронотоп в современной литературе: А. Чудаков («Ложится мгла на старые ступени»), В. Медведев «Заххок».
Однако в современной литературе есть образ и Дальнего Востока. При этом в этой обаслти происходит подлинно диалогическое взаимодействие. Так, в культуре и литературе русского Харбирна формируется особая ментальность «дальневосточного фронтира». Однако во второй половине XX века снова релаизуются эсхатологические идеи Вл.Соловьева. Так, «Хлорофиллии» Рубанова появляется максимально опасный Восток.

Примеры, иллюстрации, демонстрация, видео

Гавриков В.А. О «Готских письмах» Г. Сандулаева

https://www.youtube.com/watch?v=rjSeRVSKsLc



Взаимодействие с аудиторией, вопросы:
- В чем заключается стратегическая важность концепта Евразии на сегодняшний момент?
- В чем ключевое отличие империй суши от империй моря?
- Можно ли назвать Россию империей суши?

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Дисциплина (модуль). Литературный диалог в евразийском пространстве
2. Тема практического занятия. Евразийское пространство: между географией и культурой
3. Цели занятия. Раскрыть концепт евразийского пространства в геокультурном измерении
4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
	Евразия» как геокультурное понятие. Евразийство как система идей и ценностей Евразийская философия культуры. Символы евразийства: «лес», «степь». Символы Европы и Запада их функционирование в рамках публицистических нарративов.	Оценка знаний студентов

5. Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Наша сегодняшняя тема посвящена концепции евразийского пространства. В связи с чем «Евразия» рассматривается не просто как материк, но как геокультурное понятие. Показывается связь русского евразийства со славянофильской линией, выявляется, что евразийство как концепт противопоставлено русскому западничеств. Выявляются ключевые особенности культурологии Трубецкого («Европа и человечество»), анализируется теория среднего греко-славянского мира В.И. Ламанского.

Обозначается система понятий, связанная с русским изводом евразийских идей. Анализируется категория личности, образы религии и государства, представление о цивилизации. Подробно характеризуется концепт «месторазвития» П.Н. Савицкого. Обозначаются основные смысловые координаты евразийской философии культуры, анализируется «эйдос» евразийства и символические формы его выражения: «лес», «степь». Рассматривается функционирование символов Европы и Запада в рамках публицистических нарративов. Пушкин как выразитель евразийских ценностей.

Символы евразийства:

Вопросы к обсуждению:

1. Евразия» как геокультурное понятие
2. Евразийство vs русское западничество
3. Культурология Трубецкого («Европа и человечество»)
4. Теория среднего греко-славянского мира (В.И. Ламанский)

Практические задания:

Анализ рецензии Савицкого на книгу Трубецкого «Европа и человечество»

Требования к выполнению практического задания: необходимы полное, развернутое и логически последовательное освещение ключевых тем анализируемого источника.

1. Дисциплина (модуль). Литературный диалог в евразийском пространстве
2. Тема практического занятия. Взаимодействие культур: диалог или противостояние?
3. Цели занятия. Сформировать представление о диалоге культур.
4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
	Понятие о диалоге культур / литературы. Идея диалога в творчестве Бахтина. Трактовка диалога в семиотическом ракурсе: представления о диалоге Ю.М. Лотмана и Вяч.Вс. Иванова. Диалог в западной философской традиции. Идеи М. Бубера Представление о взаимодействии культур как о борьбе. Концепция цивилизационного развития О. Шпенглера. Релятивистская культурология раннего Н.С. Трубецкого.	Опрос оценка знаний студентов

5. Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Сегодняшнее практическое занятие будет посвящено проблеме литературного – и шире – культурного диалога в философской и структурно-семиотической перспективе. В рамках этой темы будут рассмотрены идеи западных философов, которые постулировали невозможность культурной коммуникации вне диалога. Речь в первую очередь идет об идеях М. Бубера. Его идеи типологически сходны с системой идей М. Бахтина. Бахтин полагает, что диалог является основой развития культуры и литературы.

Отдельно следует рассмотреть идеи семиотической школы: они частично пересекаются с идеями М, Бахтина, однако представители семиотической ветви рассматривают диалог не только с ценностных позиций, но и с позиции

кибернетического подхода. Особенно это касается раннего этапа развития семиотических идей. Семиотический полхода к диалогу культур в рамках Московской семиотической школы. Идеи Ю.М. Лотмана о культурах-донорах и культурах-реципиентах. Разграничение терминов литературный диалог и литературное влияние. Вяч. Вс. Иванов о диалоге литератур в широкой типологической перспективе. Общее представление о диалоге культур в рамках евразийского пространства. Понятие евразийского мифологического пространства в работах Вяч. Вс. Иванова. Русская культура и понятие «Другого»: враждебные нарративы vs диалогическое взаимодействие. Образ Руси в ранних западных травелогах.

1. Тема практического занятия.
Вопросы к обсуждению:
1. Спор о национальном и общечеловеческом в русской литературе XIX в.
2. Идеи евразийства в современном культурном пространстве.
3. Анализ статьи Ю.М. Лотмана «Проблема византийского влияния на русскую культуру»

Практические задания: контрольные работы
4. Концепция диалога в творчестве М. Бахтина.
5. Поэтика Достоевского в свете идей Бахтина.
6. Интертекстуальность как форма литературного диалога.
Требования к выполнению практического задания: необходимо полное, развернутое и логически последовательное освещение тем.

1. Дисциплина (модуль). Литературный диалог в евразийском пространстве
2. Тема практического занятия. Литературно-публицистические нарративы о России в западном культурном пространстве
3. Цели занятия. Рассмотреть основные способы представления образа России в западном культурном пространстве.
4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
	Образ России в ранних западных литературных травелогах: - выявление нарратива о России - определение структуры образа России - определение политико-идеологического фона.	Опрос, оценка знаний студентов

5. Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
В западных литературных травелогах образ России отличается рядом сообразных черт. Комплекс эти черт и стал объектом нашего практического занятия. Мы рассмотрим нарративы о России в западном литературно-публицистическом пространстве XIX в., выявим специфику западных травелогов и определим историко-культурный и политико-идеологический «фон» функционирования нарратива о России.

Вопросы к обсуждению:
1. Какой предстает России в произведении маркиза де Кюстина «Россия в 1839 году».
2. Почему в текстах о России Р. Бурдье путешественник превращается в пропагандиста?
3. Каков взгляд на Россию В. Гюго?

Практические задания:
Произведите анализ современных западных публицистических нарративов о России. Сделайте вывод о том, изменилось ли представление о России в современном западном медиапространстве сравнительно с традицией XVIII – XIX вв.
Требования к выполнению практического задания: необходимо полное, развернутое и логически последовательное освещение тем.

1. Дисциплина (модуль). Литературный диалог в евразийском пространстве
2. Тема практического занятия. Культурная гетерогенность русской литературы в ее истоках
3. Цели занятия. Сформировать понимание геокультутрной многокомпонентности русской литературы
4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
	Восточная концепция истоков русской культуры и литературы. Книжность XVI в.: Москва – III Рим. «Сказание о князьях Владимирских» как обоснование историософского мифа Русского государства: «не связь с Византией, а гибель ее». «Смутное время». «Новая повесть о преславном Российском царстве». Концепция «Российского великого государства» как святой земли. Нарратив о Западе.	Опрос, оценка знаний

5. Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение. Рассмотрим восточную концепцию истоков русской культуры и литературы и проанализируем византийскую традицию в средневековой русской литературе. Для этого необходимо учитывать специфику самого понятия Восток. Формируется два Востока: Византия и Азия.

Вопросы к обсуждению:
1. «Азиатский восток» в древнерусской литературе (Дэвид Схиммельпэнник ван ддер Ойе)
2. Особый «двойной» код средневековой русской культуры: христианство и язычество.
3. Национальная специфика летописной традиции – отталкивание от византийского канона. «Повесть временных лет».
4. «Слово митрополита Иллариона» как первая попытка осмыслить место Руси на мировой арене.

Практические задания: контрольные работы
1. Национальная специфика древнерусской литературы: ее ориентация на гражданственность, патриотизм: жанр княжеского жития. Оригинальная восточнославянская агиография «Житие Бориса и Глеба». Проблема власти и святости. Житие Александра Невского.
2. Идеал русского святого в «Киево-Печерском патерике», его отличия от идеала западной святости.
3. Книжность XVI в.: Москва – III Рим. «Сказание о князьях Владимирских» как обоснование историософского мифа Русского государства: «не связь с Византией, а гибель ее». Послание старца Филофея великому князю Василия III – церковное обоснование власти.
4. «Смутное время». «Новая повесть о преславном Российском царстве». Концепция «Российского великого государства» как святой земли. Нарратив о Западе.

Требования к выполнению практического задания: необходимо полное, развернутое и логически последовательное освещение тем.

1. Дисциплина (модуль). Литературный диалог в евразийском пространстве
2. Тема практического занятия. Европейское и национальное в русской литературе XVIII века.
3. Цели занятия. Сформировать представление о специфике взаимоотношения европейского и национального компонентов в русской литературе
4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
	Восемнадцатое столетие: поворот литературы от Византийской традиции к западной традиции. Русская литература XVIII века: разрыв с восточной традицией или органичное сочетание Запада и Востока? Светское vs религиозное. Влияние французских просветителей на русских писателей XVIII столетия. «Письмо Мелодора к Филарету» Н.М. Карамзина, ода «Осьмнадцатое столетие» Радищева, комедия Фонвизина «Выбор гувернера»: разочарование в западных либерально-революционных идеях.	Опрос, оценка знаний

5. Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение. Рассмотрим специфику взаимоотношения европейского и национального компонентов в русской литературе. Обозначим поворот отечественной литературы от Византийской традиции к западной традиции. Определим специфику взаимодействия светского и религиозного в новой русской литературе. Отдельным вопросом следует поставить влияние французских просветителей на русских писателей XVIII столетия. В этом ракурсе следует рассмотреть «Письмо Мелодора к Филарету» Н.М. Карамзина, оду «Осьмнадцатое столетие» Радищева, комедию Фонвизина «Выбор гувернера».

Вопросы к обсуждению:
5. «Азиатский восток» в древнерусской литературе (Дэвид Схиммельпэнник ван ддер Ойе)
6. Особый «двойной» код средневековой русской культуры: христианство и язычество.
7. Национальная специфика летописной традиции – отталкивание от византийского канона. «Повесть временных лет».
8. «Слово митрополита Иллариона» как первая попытка осмыслить место Руси на мировой арене.

Практические задания: контрольные работы
Анализ статьи П.А. Плавильщикова «Нечто о врожденном свойстве душ российских». «Кто сын Отечества?». Основная тема: обретение ментально-культурной независимости от Запада.

Требования к выполнению практического задания: необходимо полное, развернутое и логически последовательное освещение тем.

1. Дисциплина (модуль). Литературный диалог в евразийском пространстве
2. Тема практического занятия. Русская литература XIX столетия: идея «почвы» как снятие оппозиции между западной и восточной культурно-литературными традициями
3. Цели занятия. Сформировать представление о специфике «почвеннического» мировоззрения в смысловом контексте евразийского пространства
4. Структура практического занятия.

№	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения

п/п		
	Выявление двух основополагающих траекторий развития русской литературы XIX столетия: западничество и славянофильство Полемика между этими направлениями Идеология почвенничества как снятие оппозиции между сторонниками Востока и Запада	Опрос, оценка знаний

5. Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение. Рассмотрим специфику взаимоотношения двух основополагающих траекторий развития русской литературы XIX столетия: западничество и славянофильство, представим систему почвеннических идей как «срединное звено» между этими противоположными парадигмами.

Вопросы к обсуждению:
1. Работа А.С. Хомякова «О старом и новом» как манифест славянофильства.
2. «Избранные места переписки с друзьями» Гоголя: попытка сблизить светскую литературу с духовной. Критика Белинского с прозападнических позиций.
3. Национальное vs общечеловеческое в «Письмах об Испании» В.П. Боткина.
4. Сентиментальное путешествие и русское паломничество: сходства и отличия (на примере анализа «Сказания о странствии…» инока Парфения).
5. Проблема «Восток и Запад» в публицистике Достоевского.
6. Классический натурализм Золя: биологизаторская концепция человека. Почему натурализм не прижился на русской почве?
7. Спор Достоевского и Тургенева о России: почвенничество vs западничество

Практические задания: контрольные работы
Анализ статьи Белинского «Россия до Петра Великого» как манифест западничества: идея «догоняющего развития»
Требования к выполнению практического задания: необходимо полное, развернутое и логически последовательное освещение тем.

1. Дисциплина (модуль). Литературный диалог в евразийском пространстве
2. Тема практического занятия. Русская литература Серебряного века: путь к Востоку
3. Цели занятия. Сформировать представление о новом русле литературного диалога в Серебряном веке русской культуры
4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
	Философия Вл. Соловьева и идея панмоноголизма Влияние Соловьева на лирику Серебряного века Оценка Вл. Соловьевым Востока	Опрос, оценка знаний

5. Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение. Рассмотрим эсхатологические идеи Вл. Соловьева в контексте нашей темы. Выявим амбивалентное отношение Соловьёва к азиатскому Востоку.

Вопросы к обсуждению:
1. Владимир Соловьев. Идея о панмонголизме и синтезе Востока и Запада
2. Восточная тема в поэзии Н.С. Гумилева
3. «Китайский текст» в поэзии Серебряного века

Практические задания: контрольные работы
Анализ романа А. Белого «Серебряный голубь» в контексте идей панмоноголизма Вл. Соловьева
Требования к выполнению практического задания: необходимо полное, развернутое и логически последовательное освещение тем.

1. Дисциплина (модуль). Литературный диалог в евразийском пространстве
2. Тема практического занятия. Диалог между Востоком и Западом в современной русской литературе
3. Цели занятия. Сформировать представление о новом русле литературного диалога в Серебряном веке русской культуры
4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
	Развитие литературного диалога в новых культурных и полтических условиях Западные влияние на русскую литературу Концепция восточного постмодернизма	Опрос, оценка знаний

5. Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение. Рассмотрим место русской литературы второй половины XX в. в контексте западны и восточных идей. Отдельно выделим концепцию восточного постмодернизма как направления, которое синтезирует западную и восточную мысль. Обратимся к творчеству В. Пелевина, блестяще воплотившего все эти установки как на уровне форма, так и на уровне содержания.

Вопросы к обсуждению:
1. «Западники» в современной русской литературе. Творчество В. Сорокина, Е. Некрасовой, А. Поляринова.
2. «Славянофильская» традиция в современной русской литературе: истоки и развитие. Деревенская проза и роман Р. Сенчина «Зона затопления».
3. Творчество М. Тарковского как реализация славянофильских идей.

Практические задания: контрольные работы
Евразийские мотивы в романе А. Иванова «Тобол» и в сборнике Германа Садулаева «Готские письма».
Требования к выполнению практического задания: необходимо полное, развернутое и логически последовательное освещение тем.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Стиль жизни и гендерная журналистика

Направление подготовки

«42.03.02 Журналистика»

Направленность

«журналистика»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция – один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

– Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

– Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

– Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

– Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

– Лекция-беседа – непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией, диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

– Лекция-дискуссия – свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

– Лекция с применением обратной связи – особый тип лекционного занятия, при котором в начале и конце каждого раздела лекции преподавателем задаются вопросы. Вопрос в начале раздела задается для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения

только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

– Проблемная лекция – опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос – это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

– Программированная лекция-консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов.

В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить для проведения лекции презентацию, которую можно органично интегрировать во все вышеупомянутые типы лекций в качестве формы визуальной поддержки.

В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов – это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. Стиль жизни и гендерная журналистика: концептцальные основы	
Тема 1.1. Типологические признаки стилежизненной и гендерной журналистики	Перечень изучаемых элементов содержания. Понятие «лайфстайл журналистика». История становления. Типологические признаки. Жанрово-тематический состав. Слоу медиа. Манифест слоу медиа. Два взгляда в понимании стиля жизни. Взгляды У.Бека, Г.П.Мюллера, Л.Г.Ионина, М. Вебера, Т.Веблена, П.Бурдье, Б.С.Турнере, В.И.Ильина
Тема 1.2 Основные лайфстайл издания в мире и в России	Перечень изучаемых элементов содержания. . Новые медиа, интернет-СМИ, глобальные СМИ, медиаэкономика, медиаконвергенция, конвергентная журналистика. Направления современной журналистики: мультимедийная журналистика, сетевая журналистика, интернет-журналистика, коммерческая журналистика, фейковая журналистика, постправда. Взаимоотношение «старой» и «новой» журналистики. Журналист и блогер: общее и особенное.
Тема 1.3 Тематика и	Перечень изучаемых элементов содержания

рубрикатор лайфстайл и гендерных издания	Арт-журналистика. Фуд-журналистика. Тревел-журналистика. Ресторанная и винная критики. Отношения полов
РАЗДЕЛ 2. Выразительные средства стилежизненной и гендерной журналистики	
Тема 2.1 Лексические средства	Перечень изучаемых элементов содержания. . Фонетические средства выразительности: аллитерация, ассонанс, ономотопия. Лексические средства выразительности: обращения, стилистически окрашенные слова, заимствования
Тема 2.2. Синтаксические средства	Перечень изучаемых элементов содержания. Стилистические приемы: метафора, эпитет, градация, каламбур, параллельные конструкции и другие.
Тема 2.3 Форматы предъявления контента	Перечень изучаемых элементов содержания. Блог. Вайн. Лонгрид. Статья-инструкция. Статья-гид. Лайфхаки. Статья-подборка. Репортаж. Фоторепортраж.

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.
- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.
- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).
- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.
- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.
- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.
- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение

извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.
- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.
- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.
- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.
- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.
- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.
- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.
- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.
- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.
– Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Стиль жизни и гендерная журналистика: концептцальные основы

Тема 1.1. Типологические признаки стилежизненной и гендерной журналистики

Вопросы для самоподготовки:

1. Социально-политическая, философская и эстетическая повестка первых модных журналов в Европе и России.
2. Категория «вкуса», ее социальный смысл и историческая трансформация в модных журналах конца XVIII – первой половины XX века.
3. Критика модных нововведений.
4. Механизмы воспроизводства и обновления поля гендерной журналистики.

Тема 1.2 Основные лайфстайл издания в мире и в России

Вопросы для самоподготовки:

1. От глянцевого журнала до модной колонки в ежедневной газете: сегменты рынка модной прессы и потребности различных аудиторий.
2. Создавая читателя: знаковые нишевые модные журналы XX века, от Gazette du Bon Ton до Nova и Purple.
3. Мода и «культура участия»: границы партиципации в современных модных СМИ.
4. Звездные блоги: траектории успеха. Конструирование модных географий в фэшн-СМИ: глобальный и локальный уровни

Тема 1.3 Тематика и рубрикатор лайфстайл и гендерных издания
Вопросы для самоподготовки:

1. Эволюция технологий тиражирования изображений и ее влияние на модную периодику.
2. Феномен советской моды и ее освещение в прессе.

3. Модная журналистика в постсоветской России: перезагрузка форматов.
4. От печатных СМИ к онлайн-изданиям о моде: инновации и адаптация контента. Модные блоги 2000-х и 2010-х годов: новый взгляд на моду.
5. Видеоблоги и мода.

РАЗДЕЛ 2. Выразительные средства стилежизненной и гендерной журналистики

Тема 2.1 Лексические средства

Вопросы для самоподготовки:

1. Фонетические средства выразительности в стилежизненной и гендерной журналистике
2. Приемы: аллитерация, ассонанс, ономотопия.
3. Лексические средства выразительности: обращения, стилистически окрашенные слова, заимствования.

Тема 2.2. Синтаксические средства

Вопросы для самоподготовки:

1. Стилистические приемы: метафора, эпитет,
2. градация, каламбур,
3. параллельные конструкции

Тема 2.3 Форматы предъявления контента

Вопросы для самоподготовки:

1. Особенности организации съемок для медиа.
2. Работа с авторами. Планирование работы.
3. Взаимосвязь специальных мероприятий и тематик медиа.
4. Специализированные медиа холдинги.
5. Анализ активов. Перспективы развития

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ПОЛИТИЧЕСКАЯ И МЕЖДУНАРОДНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

Направление подготовки

«42.03.02 Журналистика»

Направленность

«журналистика»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Москва, 2025 г.

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция – один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

– Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

– Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

– Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

– Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

– Лекция-беседа – непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией, диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

– Лекция-дискуссия – свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

– Лекция с применением обратной связи – особый тип лекционного занятия, при котором в начале и конце каждого раздела лекции преподавателем задаются вопросы. Вопрос в начале раздела задается для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного

опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

– Проблемная лекция – опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос – это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

– Программированная лекция-консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов.

В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить для проведения лекции презентацию, которую можно органично интегрировать во все вышеупомянутые типы лекций в качестве формы визуальной поддержки.

В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов – это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
РАЗДЕЛ 1.«Исторические и современные тенденции развития политической и международной журналистики»	
Тема 1.1. История политической и международной журналистики.	Перечень изучаемых элементов содержания. Возникновение первых газет. Место печатных СМИ в 17-19 веках. Возникновение массовой периодики. Взаимное влияние политики и печатной периодики на становление медийной отрасли. Радио и телевидение как новые каналы распространения политической информации. Становление интернета. Специфика развития СМИ в разных странах с учетом мультимедийной среды и действующей политической системы.
Тема 1.2. Типология современных медиа	Перечень изучаемых элементов содержания. Типы современных медиа. Новые медиа, интернет-СМИ, глобальные СМИ, медиаэкономика, медиаконвергенция, конвергентная журналистика. Направления современной

	журналистики: мультимедийная журналистика, сетевая журналистика, интернет-журналистика, коммерческая журналистика, фейковая журналистика, постправда. Взаимоотношение «старой» и «новой» журналистики. Журналист и блогер: общее и особенное.
Тема 1.3. Трансформация политической и международной журналистики в современных медиа	Перечень изучаемых элементов содержания Классификация политической и международной журналистикипо различным основаниям. Типы, виды, формы ижанры. Специфика политической и международной журналистики в разных каналах распространения.Особенности размещения контента политической журналистики в различных медиа. Нестандартные формы политической журналистики в медиа – вирусный, нативный политический контент. Вопросы использования искусственного интеллекта для создания политической и международной журналистики в медиа. BIGDATA.
РАЗДЕЛ 2. Содержание и виды политической и международной журналистики	
Тема 2.1. Виды современной политической и международной журналистики	Перечень изучаемых элементов содержания. Характеристика основных жанров политической и международной журналистики – традиционные и новые. Изменение системы жанров политической журналистики в нью-медиа. Возрастающая роль видео-контента, феномен подкастов, мемов, сторителлинг как популярный жанр политической журналистики. Конвергентные модели распространения контента политической журналистики. Вопросы дистрибуции контента в интернете, авторские права и интеллектуальная собственность. Особенности политжурналистики в интернете и на других носителях.Появление сервисов-посредников для повышения эффективности политических сообщений. Pressfeed, Prex, Deadlinemediaи др.

Тема 2.2. Управление отношениями с субъектами политической системы в медиабизнесе.	Перечень изучаемых элементов содержания. Роль исследований для политической и международной журналистики. История развития исследований. Основные методы и методики исследований аудитории политической и международной журналистики. Исследовательские проекты. Исследовательские компании. Специфика исследований политической системы для разных медиа. Медиапланирование. Функции политической и международной журналистики. Организация системы распространения политического контента. Планирование. Система документации. Разработка плана политической медиакампании. Основные формы взаимодействия с субъектами политической системы. Особенности политической и международной журналистики на национальных и местных каналах.
Тема 2.3. Правовое и этическое регулирование деятельности в области политической и международной журналистики	Перечень изучаемых элементов содержания. Российское законодательство о политической рекламе. Требования к политической рекламе в медиа. Допустимые объемы размещения политической рекламы в различных видах медиа. Основаниядля разграничения политической рекламы и информации. Требования к политической рекламе разных видов. Контроль за соблюдением законодательства в сфере политической рекламы.Саморегулирование, международные и национальные организации. Проблема контроля за политической рекламой в нью-медиа. Проблема задействования искусственного интеллекта.

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении,

расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.
- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.
- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).
- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.
- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.
- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг –

форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.
- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.
- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.
- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.
- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.
- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.
- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и

отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.
- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.
- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.
- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.
– Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1.«Исторические и современные тенденции развития политической и международной журналистики»

Тема 1.1. История политической и международной журналистики.

Вопросы для самоподготовки:

1. Роль медиа в распространении политического контента.
2. Медиа в структуре политической системы.
3. Основные характеристики печатных, телевизионных, радийных, интернет-медиа, имеющие значение при распространенииполитической информации.
4. Условия размещения политической агитации в СМИ.

Тема 1.2. Типология современных медиа

Вопросы для самоподготовки:

1. . Роль технологий информационного общества для развития медиаиндустрии.
2. .«Черные» технологии в политической и международной журналистике.
3. . Функции политического…

4. и международного журналиста в медиа.

Тема 1.3. Трансформация политической и международной журналистики в современных медиа

Вопросы для самоподготовки:

1. . Вирусный, нативный, пользовательский контент в практике политической журналистики.
2. Перспективы изменений профессиональной среды и подходов к организации медиабизнеса.
3. Теории информационного общества, их базовые понятия, объясняющие восприятие политической журналистики обществом.
4. Феномен BIGDATA.

РАЗДЕЛ 2. Содержание и виды политической и международной журналистики

Тема 2.1. Виды современной политической и международной журналистики

Вопросы для самоподготовки:

1. Медиа как часть политической системы.
2. Виды политической рекламы.
3.Дополнительные возможностидля политических субъектов.
4. Политическая реклама в медиа. Правила создания и размещения.

Тема 2.2. Управление отношениями с субъектами политической системы в медиабизнесе.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные участники политического медийного процесса и система их взаимодействия.
2. Региональные и политические медиа
3. .Компании, занимающиеся измерением аудитории политических медиа,
4. Виды отчетов исследователей

Тема 2.3. Правовое и этическое регулирование деятельности в области политической и международной журналистики

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятия «рейтинг», «прогнозный рейтинг», приведенный рейтинг».
2. Классификация политической рекламы.
3. . Нестандартная политическая реклама в различных СМИ. Возможности нестандартной политической рекламы.
4. Пропаганда.