

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Смоленский государственный университет»

Кафедра литературы и журналистики

*«Утверждаю»*

Проректор по учебно-  
методической работе

\_\_\_\_\_ Ю.А. Устименко  
«13» сентября 2022 г.

**Рабочая программа дисциплины  
Б1.В.16 Художественная культура в СМИ**

Направление подготовки: **42.03.02 Журналистика**

Направленность (профиль): **Периодическая печать**

Форма обучения: очная

Курс – 4

Семестр – 7

Всего зачетных единиц – 3, часов – 108

Форма отчетности: зачет - 7 семестр

Программу разработала: доктор филологических наук, профессор кафедры литературы и журналистики А.В. Королькова

Одобрена на заседании кафедры  
«06» сентября 2022 г., протокол № 1

Смоленск  
2022

## 1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Б1.В.16 «Художественная культура в СМИ» относится к блоку дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений. вариативной части ОП по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, направленность (профиль): Корреспондент СМИ

Несомненно, журналисты должны обладать правовой речевой культурой (и устной, и письменной), а также обязаны иметь высокий личностно-профессиональный имидж квалифицированного специалиста.

Целями освоения дисциплины «Художественная культура в СМИ» являются получение студентами базовых знаний по основам теории искусства (литература, театр, живопись, кино, музыка); создание представления о месте художественной культуры в современных печатных и электронных СМИ; овладение навыками поиска информации, необходимой для качественной работы в данной сфере; корректировка и развитие навыков интерпретации художественного произведения в различных типах искусства; развитие навыков творческой работы журналиста в сфере художественной культуры применительно к специализированным и неспециализированным типам изданий.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индикаторы достижения
<b>УК-1:</b> Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<b>Знать:</b> основные принципы и требования системного подхода к решению поставленных задач; <b>Уметь:</b> осуществлять поиск, отбор информации, интерпретировать ее для решения поставленных задач, формировать собственные суждения и убедительно обосновать их; <b>Владеть:</b> навыками сбора, критического анализа и синтеза информации в соответствии с поставленной проблемой
<b>ПК-2:</b> способность организовать процесс создания журналистского текста и (или) продукта	<b>Знать:</b> свои профессиональные обязанности в рамках отведенного бюджета времени; <b>Уметь:</b> распределять свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами; <b>Владеть:</b> навыками составления графика в процессе создания журналистского текста и (или) продукта.
<b>ПК-3:</b> Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других меди	<b>Знать:</b> редакционные стандарты, форматы, жанры, стили, профессиональные этические нормы при создании журналистского текста и (или) продукта. <b>Уметь:</b> приводить журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствие с языковыми нормами <b>Владеть:</b> технологическими требованиями к разным типам СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта.

## 3. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела

1	<p>Историческое формирование термина «культура» Общие принципы деятельности СМИ в сфере культуры</p>	<p>«Что такое культура?» Обычно, отвечая на этот вопрос, упоминают различные определения и дефиниции культуры. Вспоминают, что бывает культура политическая, экономическая, художественная и т.д. Но как представляется, прежде чем давать определение понятию «культура», особенно в его историческом развитии, надо уяснить наиболее важное в этом понятии. Культура – это социальный феномен, атрибут человеческой деятельности, в котором наиболее ярко и отчетливо проявляется сама суть человеческой природы, а именно: - умение осознанно создавать и применять на благо всего социума некие принципиально новые предметы, социальные механизмы, которые способствуют формированию тех или иных материальных и духовных ценностей;- умение откладывать в память эти предметы и механизмы в целях обогащения своего сознания и достижения неких новых, неизведанных высот в развитии. Деятельность журналиста в любой сфере, и в сфере культуры в частности, возможна лишь при четком следовании определенной информационной политике. Многообразие проявлений журналистского творчества в сфере культуры, а также тот факт, что в современных условиях СМИ зачастую являются основным и единственным каналом инкультурации массовой аудитории, заставляют задуматься о необходимости выработки критериально выверенной информационной политики в культуре.</p>
2	<p>Механизмы реализации ключевых понятий культуры: высокая культура и субкультуры, сохранительная и инновационная природа культуры, конфликт и взаимодействие культур, концепции гибели культуры в новых исторических условиях</p>	<p>«Культура – сотворенная человеком материальная и духовная среда обитания, а также процессы сохранения, распространения и воспроизводства норм и ценностей, способствующих возвышению человека и гуманизации общества». Но в этом определении заложена крайняя степень деятельностной неопределенности культуры, по крайней мере, относительно рассматриваемого в настоящем исследовании художественного аспекта культуры. С одной стороны, она выступает как охранительная среда, в которой заключен опыт сохранения лучших образцов человеческой деятельности в художественной сфере. С другой стороны, культура является и средством, и способом</p>

		<p>постоянного самообновления, изменения критериев «высокого» и «низкого», «элитарного» и «массового» и многих иных критериев, латентно присутствующих в этом феномене, поскольку стимулирует создание все новых и новых произведений искусства.</p> <p>Этот деятельностный дуализм культуры приводит к тому, что культуру можно представить в виде двух взаимосвязанных и взаимозависимых (а также взаимодействующих) блоков. В одном блоке сосредоточены истинные явления (произведения) культуры, которые представляют собой результат жесточайшего исторического отбора наиболее значимых и ценных для всего человечества произведений художественного творчества (произведения литературы, живописи, театрального искусства и так далее). Во втором блоке художественной культуры постоянно осуществляется поиск самых разнообразных форм отражения человеческого бытия и человеческого сознания в виде тех или иных вновь создаваемых образцов искусства, чему еще только предстоит выдержать жесточайшее испытание временем.</p>
3	<p>Основные функции культуры как критерии содержания культууроформирующих функций журналистики Концепции функций журналистики</p>	<p>При описании механизма реализации культууроформирующих функций журналистики невозможно пройти мимо основополагающих мыслей И.Г. Гердера, который утверждал, что культура «придает форму человеку».</p> <p>Можно наблюдать, что эта мысль находит широкое применение в современной культурологии, которая утверждает, что «культура однозначно детерминирует, то есть, причинно обуславливает пространственные связи социальных регуляторов жизнедеятельности людей». Потому при рассмотрении содержания культууроформирующих функций журналистики невозможно не прийти к мысли, что они в основном повторяют содержание основных функций культуры.</p> <p>Концепций функций культуры достаточно много. Мы предлагаем выделить следующие:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поддержание единства и целостности человеческой деятельности в двух видах: историческом (диахронном) и структурно-системном (синхронном) – это основная функция культуры;</li> <li>2. Человекотворческая функция – формирование определенного адекватного данной общественной системе типа личности;</li> <li>2. Функция передачи социального опыта – обмен опытом между поколениями, странами и народами;</li> <li>3. Гносеологическая функция – познание окружающей среды и самопознание;</li> </ol>

		<p>4. Регулятивная функция – определение поведения в той или иной ситуации. Можно назвать также следующие функции культуры:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- освоение и преобразование мира;</li> <li>- коммуникативная;</li> <li>- накопления и хранения информации;</li> <li>- проективной разрядки (снятия эмоциональной напряженности посредством ритуализации деятельности) и другие.</li> </ul> <p>Одной из сторон деятельностного проявления культуры в смысле механизма самовосприятия социума является ритуал. Вся наша жизнь, если присмотреться, есть совокупность тесно переплетенных ритуалов: приветствия при встрече, правила хорошего тона и поведения в обществе правила уважительного отношения к старшим по возрасту, правила взаимоотношений между полами.</p> <p>Исследователи выделяют три основных формы ритуала:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. как принцип межиндивидуальных повседневных взаимодействий,</li> <li>2. как форма адаптивного поведения,</li> <li>3. как ценностная характеристика личностей или групп (социумов).</li> </ol> <p>Всякая исторически сложившаяся культура есть пересечение сложных и не всегда понятных непосвященному ритуалов, чему пример – церковные ритуалы, воинские ритуалы. Более сложным проявлением функций культуры является миф, который представляет собой совершенно особенный культурный феномен, поскольку в нем находят отражение непостижимые, не объяснимые никакими логическими доводами, но принимаемыми всеми членами социума как абсолютная истина ложные установки.</p> <p>В мифе эти ложные установки тесно переплетаются с реальностью и становятся одной из крайне важных и зачастую основных движущих сил общества.</p> <p>Е.П.Прохоров представил комплексное и структурированное описание взаимодействия журналистики с массовой аудиторией и социальными институтами и показал, что журналистика выполняет большое количество функций. Это функции:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- идеологические;</li> <li>- непосредственно-организаторские;</li> <li>- культурно-образовательные (позднее данный автор назвал эту группу функций журналистики культууроформирующими);</li> <li>- рекламно-справочные;</li> <li>- рекреативные,</li> <li>- коммуникативные.</li> </ul>
--	--	--

		<p>Каждая из этих функций сложным образом взаимодействует со всеми другими. При этом комплексность исполнения журналистикой своих функций носит двоякий характер:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- макроуровень, т.е., вся совокупность текстов газеты, журнала, программы радио или телевидения;</li> <li>- уровень отдельных произведений. При этом текст может быть монофункциональным, с доминирующей функцией, полифункциональным, причем последний пользуется наибольшим интересом</li> </ul>
4	<p>Первичная деятельность журналиста в пространстве художественной культуры. Этапы поиска информации на темы культуры в общедоступных и закрытых источниках</p>	<p>Для начинающих журналистов очень серьезной проблемой является поиск информации на темы культуры. Необходимо с самого начала научиться искать нужную информацию в общедоступных источниках. Это могут быть сообщения пресс-служб различных организаций культуры: театров, музеев, учреждений государственного управления культурой и многие другие. В настоящее время такая информация зачастую публикуется на официальных интернет-сайтах данных учреждений. При этом данную информацию можно рассматривать также как первичную «рыбу» или бэкграунд для собственного материала, поскольку в этих сообщениях, как правило, достаточно точно описывается, что и когда произойдет, в чем суть предстоящего события культуры, кто именно примет в нем участие и многое другое.</p> <p>Разумеется, такая информация не может быть полностью достоверной, как и любой другой анонс. В концерте или в театральном спектакле могут быть замены исполнителей, на выставках часть произведений может принимать участие в вернисаже (первом дне работы), а затем их могут снять с показа или приобрести. Или, наоборот, какие-то произведения могут быть показаны в течение одного-двух дней в ходе работы выставки. Варианты бывают разные. Поэтому личное участие журналиста в событии, по поводу которого он собирается опубликовывать тот или иной материал, как правило, необходимо.</p> <p>Интересной информацией для посещения того или иного культурного мероприятия может быть также реклама в СМИ. В ней, как правило, указываются все театральные премьеры или выставки, от работы которых ожидается особый резонанс в СМИ. Следующим этапом творческой работы журналиста в сфере культуры должно стать получение комментариев специалистов или авторов по поводу происходящего события в сфере культуры. Такие комментарии также зачастую публикуются на официальных</p>

		<p>сайтах учреждений культуры, но поскольку журналисту необходима особая оперативность в публикации своих материалов, то приходится прибегать к интервью, а также налаживать работу с источниками информации.</p> <p>Такими источниками могут быть все люди, так или иначе связанные с описываемыми событиями культуры: режиссеры, исполнители, рабочие сцены, звукооператоры, писатели, творческие работники издательств, художники и работники выставочных залов и музеев.</p> <p>Важное требование при работе с источниками информации: можно брать информацию, касающуюся только сферы их профессиональной компетенции. Причем, желательно получить согласие на публикацию данной информации со ссылкой непосредственно на ее источник. Только таким образом можно гарантировать точность получаемой информации.</p> <p>Наконец, вершиной творческого роста журналиста, пишущего на темы культуры, является создание аналитических материалов. В них журналист, со всей серьезностью оценивая деятельность тех или иных деятелей культуры или творческих коллективов, намечает для них определенные точки дальнейшего роста. Это могут быть рассуждения о том, что определенному художнику неплохо было бы попробовать себя в некоем ином жанре, поскольку в том жанре, что он работает, он уже добился выдающихся успехов. Это могут быть материалы о том, что тому или иному театру необходимо (желательно) добавить в свой репертуар или классики или, наоборот, современных пьес.</p>
5	<p>Разновидности специализированной культуры.</p> <p>Политическая культура. Физическая культура.</p> <p>Профессиональная культура. Культурная журналистика в региональных СМИ.</p> <p>Культура журналистики и СМИ как профессиональная проблема.</p>	<p>Основные виды культуры традиционно представлены: доминирующей культурой; сельской культурой; городской культурой; обыденной культурой; специализированной культурой.</p> <p><i>Политическая культура журналиста</i> — это и мера его компетентности в сфере общественно-политической жизни, и присущая ему система представлений о месте журналистики в ней, и уровень владения им «кодексом поведения» в политической жизни (часто это называют «политкорректностью»), совокупностью норм политической деятельности.</p> <p><b>Культура журналистики</b> описывается как «общая профессиональная идеология среди журналистов». Термин «<u>журналистская культура</u>» охватывает культурное разнообразие <u>журналистских ценностей</u>, практик и <u>медиа-продуктов</u> или аналогичных медиа-артефактов. Исследование</p>

		<p>концепции журналистской культуры иногда предполагает всеобъемлющий консенсус среди журналистов «в отношении общего понимания и культурной идентичности журналистики».</p> <p>Существуют научные дебаты о понятии общей, всемирной журналистской культуры, о том, существует ли такая общая конструкция и может ли быть обнаружена эмпирически. Было проведено несколько исследований <u>коммуникативной науки</u> для поиска гипотетической общей западной журналистской культуры, общеевропейской журналистской культуры или даже общей глобальной журналистской идеологии. (см. исторический обзор) Исследования журналистских культур особенно полезны при анализе предполагаемых влияний <u>глобализации</u>, на которые указывают всемирно известные крупные медиакомпании, на отдельные медиакультуры и их всемирную нормотворческую силу.</p>
6	СМИ и литература. СМИ и театр. СМИ и кино.	<p>Книги-часть <b>литературы, СМИ</b> - это журналистика. <b>Литература</b> и журналистика разные жанры и у них разные задачи. Задача <b>СМИ</b> информирование в <b>кратчайшие</b> сроки население о происходящих событиях и представление ему (населению) своей точки зрения на данные события. Медиа в сфере театра являются сегментом медиасистемы, во-первых, на институциональном уровне. Театральное искусство как социальный институт взаимодействует с медиа на уровне театральной критики или театральной журналистики. Во-вторых, медиа в сфере театра являются сегментом медиасистемы на уровне медиарынка.</p> <p>Кинематограф, зародившийся в конце XIX века, стал технологической новинкой, однако то, что он предлагал, едва ли можно было назвать новинкой в плане содержания или функций. Кинематограф перенёс прежние традиции развлечений – события, представления, музыку, драматургию, юмор и технические эффекты – в новые методы изложения и распространения информации для общедоступного пользования. Кинематограф фактически сразу стал настоящим средством массовой информации, поскольку достаточно быстро охватил большую часть населения, включая сельскую местность. В качестве СМИ, кинематограф отчасти стал реакцией на «изобретение» досуга – внерабочего времени – а также ответом на требование допустимого и (в большинстве случаев) приемлемого способа проведения свободного времени всей семьёй. Таким образом, кинематограф обеспечивал</p>



		<p>рабочий класс теми культурными привилегиями, которыми уже наслаждалась «социальная верхушка». Судя по своему феноменальному росту, скрытая потребность, удовлетворённая кинематографом, была огромна. Исходя из главных образующих элементов, упомянутых выше, всё дело не столько в технологической или социальной атмосфере, сколько в удовлетворении кинематографом человеческих потребностей. Самое очевидное – это уход от рутинной реальности в чарующий мир, желание окунуться в сказку, поиск эталонов и кумиров, желание заполнить досуг в хорошей компании с помощью безопасных и допустимых методов.</p>
7	СМИ и музыка. СМИ и изобразительные искусства	<p><b>Средства массовой информации:</b> периодические печатные издания, радиостанции, телевизионные каналы, Интернет-СМИ и транслируемые кинохроникальные программы – оказывают большое влияние на продажи продуктов труда, узнаваемость брендов, повышение репутации и улучшение имиджа музыкальных проектов.</p> <p>До сих пор СМИ занимают особое положение в отношениях между художником, государством и массовым потребителем. К тому же телевидение, радио, пресса и Интернет создают определенное культурное поле, не только фиксируют, но и интерпретируют реальность, выражая при этом либо позицию автора, либо позицию редакторов и владельцев информационного канала. К этому стоит добавить и то, что интерпретация реальности осуществляется под действием индустриальных, социокультурных, эстетических и идеологических факторов, то есть СМИ неразрывно связаны с историческим контекстом</p>
8	СМИ как зрелище. Зрелища в СМИ. Рекреативная функция журналистики. Развлекательные СМИ в свете теории развлечения	<p>В настоящее время ставится задача гуманизации рекреативной деятельности СМИ, решение которой, на наш взгляд, способствует гуманизации журналистики и общественной жизни в целом. Гуманистический способ реализации рекреативных функций СМИ сам по себе предстает как фундаментальная научная проблема, связанная с социальным и нравственным здоровьем человека, с его гармоничным развитием. Следует учитывать, что данная функция обладает созидательным гуманистическим потенциалом, и конструктивное использование ее возможностей является важным условием формирования полноценной, духовно развитой личности, способной адаптироваться к вызовам современной социокультурной ситуации. Ее решение во многом зависит от доминирующих в обществе ценностей, мировоззренческих устремлений, заинтересованности в поддержании многообразия духовных потребностей человека.</p>

		<p>С практической стороны это означает, что задачи журналистики заключается в том, чтобы, во-первых, поддерживать и развивать позитивные стороны массового сознания, конструктивно критиковать негативные, возвышать и массы, и их сознание в соответствии с требованиями общественного прогресса. Во-вторых, воспитывать заинтересованность и формировать спрос на “высокие” формы рекреации, спорта, кино, медиапродукции, которые обладают благотворным влиянием и вызывают позитивную социальную активность, тогда как “низкие” влекут перестройку ориентаций вплоть до формирования девиантного сознания и поведения. В-третьих, как рекомендует теория социальной ответственности, прессе следует “принять на себя обязанность средств общественного пользования в области распространения информации и обсуждения мнений, экспериментировать с содержательными материалами высокого качества.</p>
9	<p>Карнавальная природа телевидения как СМИ. Журналистика и СМИ в контексте понятия «игра».</p>	<p>Игровое коммуникационное пространство в средствах массовой коммуникации характеризуется принципами виртуальности, символизации, стохастичности, интерактивности, под влиянием которых возникают игровые форматы и жанры публикаций.</p> <p>В средствах массовой коммуникации возникают* особые игровые форматы и жанры, повышающие интерактивное освоение журналисткой информации.</p> <p>Игровые форматы и жанры получают широкое распространение с развитием мультимедиа.</p> <p>Новая игровая технология в журналистском творчестве обладает художественно-публицистическим потенциалом.</p> <p>В силу повышенной интерактивности игровые форматы и жанры делают читателя соавтором в работе с информацией.</p>

#### 4. Тематический план

№ п/п	Разделы и темы	Всего часов	Формы занятий		
			лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа/контроль
<b>7 семестр</b>					

1.	Историческое формирование термина «культура» Общие принципы деятельности СМИ в сфере культуры	12	2	4	6
2.	Механизмы реализации ключевых понятий культуры: высокая культура и субкультуры, сохранительная и инновационная природа культуры, конфликт и взаимодействие культур, концепции гибели культуры в новых исторических условиях	12	2	4	6
3.	Основные функции культуры как критерии содержания культуроформирующих функций журналистики Концепции функций журналистики	12	2	4	6
4.	Первичная деятельность журналиста в пространстве художественной культуры. Этапы поиска информации на темы культуры в общедоступных и закрытых источниках	12	2	4	6
5.	Разновидности специализированной культуры. Политическая культура. Физическая культура. Профессиональная культура. Культурная журналистика в региональных СМИ. Культура	12	2	4	6

	журналистики и СМИ как профессиональная проблема.				
6.	СМИ и литература. СМИ и театр. СМИ и кино.	12	2	4	6
7.	СМИ и музыка. СМИ и изобразительные искусства.	12	2	4	6
8.	СМИ как зрелище. Зрелища в СМИ. Рекреативная функция журналистики. Развлекательные СМИ в свете теории развлечения.	12	2	4	6
9	Карнавальная природа телевидения как СМИ. Журналистика и СМИ в контексте понятия «игра».	12	2	4	6
<b>ИТОГО за семестр</b>		<b>108</b>	<b>18</b>	<b>36</b>	<b>54</b>

## 5. Виды учебной деятельности

### Лекционные занятия

#### Лекция № 1 Историческое формирование термина «культура»

#### Общие принципы деятельности СМИ в сфере культуры

«Что такое культура?»

Обычно, отвечая на этот вопрос, упоминают различные определения идефиниции культуры. Вспоминают, что бывает культура политическая, экономическая, художественная и т.д. Но как представляется, прежде чем давать определение понятию «культура», особенно в его историческом развитии, надо уяснить наиболее важное в этом понятии.

Культура – это социальный феномен, атрибут человеческой деятельности, в котором наиболее ярко и отчетливо проявляется сама суть человеческой природы, а именно:

- умение осознанно создавать и применять на благо всего социума некие принципиально новые предметы, социальные механизмы, которые способствуют формированию тех или иных материальных и духовных ценностей;

- умение откладывать в память эти предметы и механизмы в целях

обогащения своего сознания и достижения неких новых, неизведанных высот в развитии.

Деятельность журналиста в любой сфере, и в сфере культуры в частности, возможна лишь при четком следовании определенной информационной политике.

Многообразие проявлений журналистского творчества в сфере культуры, а также тот факт, что в современных условиях СМИ зачастую являются основным и единственным каналом инкультурации массовой аудитории, заставляют задуматься о необходимости выработки критерияльно выверенной информационной политики в культуре.

## **Лекция № 2 Механизмы реализации ключевых понятий культуры: высокая культура и субкультуры, сохранительная и инновационная природа культуры, конфликты взаимодействие культур, концепции гибели культуры в новых исторических условиях**

«Культура – сотворенная человеком материальная и духовная среда обитания, а также процессы сохранения, распространения и воспроизводства норм и ценностей, способствующих возвышению человека и гуманизации общества».

Но в этом определении заложена крайняя степень деятельностной неопределенности культуры, по крайней мере, относительно рассматриваемого в настоящем исследовании художественного аспекта

культуры. С одной стороны, она выступает как охранительная среда, в которой заключен опыт сохранения лучших образцов человеческой

деятельности в художественной сфере. С другой стороны, культура является и средством, и способом постоянного самообновления, изменения критериев

«высокого» и «низкого», «элитарного» и «массового» и многих иных критериев, латентно присутствующих в этом феномене, поскольку

стимулирует создание все новых и новых произведений искусства.

Этот деятельностный дуализм культуры приводит к тому, что культуру можно представить в виде двух взаимосвязанных и взаимозависимых (а также взаимодействующих) блоков. В одном блоке сосредоточены истинные явления

(произведения) культуры, которые представляют собой результат

жесточайшего исторического отбора наиболее значимых и ценных для всего человечества произведений художественного творчества (произведения литературы, живописи,

театрального искусства и так далее). Во втором блоке художественной культуры постоянно осуществляется поиск самых разнообразных форм отражения

человеческого бытия и человеческого

сознания в виде тех или иных вновь создаваемых образцов искусства, чему еще только предстоит выдержать жесточайшее испытание временем.

## **Лекция № 3 Основные функции культуры как критерии содержания культуроформирующих функций журналистики. Концепции функций журналистики**

При описании механизма реализации культуроформирующих функций журналистики невозможно пройти мимо основополагающих мыслей И.Г. Гердера, который утверждал, что культура «придает форму человеку».

Можно наблюдать, что эта мысль находит широкое применение в современной культурологии, которая утверждает, что «культура однозначно детерминирует, то есть, причинно обуславливает пространственные связи социальных регуляторов жизнедеятельности людей». Потому при рассмотрении содержания культуроформирующих функций журналистики невозможно не прийти к мысли, что они в основном повторяют содержание

основных функций культуры.

Концепций функций культуры достаточно много. Мы предлагаем выделить следующие:

1. Поддержание единства и целостности человеческой деятельности в двух видах: историческом (диахронном) и структурно-системном (синхронном) – это основная функция культуры;

2. Человекотворческая функция – формирование определенного адекватного данной общественной системе типа личности;

2. Функция передачи социального опыта – обмен опытом между поколениями, странами и народами;

3. Гносеологическая функция – познание окружающей среды и самопознание;

4. Регулятивная функция – определение поведения в той или иной ситуации.

Можно назвать также следующие функции культуры:

- освоение и преобразование мира;
- коммуникативная;
- накопления и хранения информации;
- проективной разрядки (снятия эмоциональной напряженности посредством ритуализации деятельности) и другие.

Одной из сторон деятельностного проявления культуры в смысле механизма самовосприятия социума является ритуал. Вся наша жизнь, если присмотреться, есть совокупность тесно переплетенных ритуалов: приветствия при встрече, правила хорошего тона и поведения в обществе правила уважительного отношения к старшим по возрасту, правила взаимоотношений между полами.

Исследователи выделяют три основных формы ритуала:

1. как принцип межличностных повседневных взаимодействий,
2. как форма адаптивного поведения,
3. как ценностная характеристика личностей или групп (социумов).

Всякая исторически сложившаяся культура есть пересечение сложных и не всегда понятных непосвященному ритуалов, чему пример – церковные ритуалы, воинские ритуалы.

Более сложным проявлением функций культуры является миф, который представляет собой совершенно особенный культурный феномен, поскольку в нем находят отражение непостижимые, не объяснимые никакими логическими доводами, но принимаемыми всеми членами социума как абсолютная истина ложные установки.

В мифе эти ложные установки тесно переплетаются с реальностью и становятся одной из крайне важных и зачастую основных движущих сил общества.

Е.П. Прохоров представил комплексное и структурированное описание взаимодействия

журналистики с массовой аудиторией и социальными институтами и показал, что журналистика выполняет большое количество функций. Это функции:

- идеологические;
- непосредственно-организаторские;
- культурно-образовательные (позднее данный автор назвал эту группу функций журналистики культууроформирующими);
- рекламно-справочные;
- рекреативные,
- коммуникативные.

Каждая из этих функций сложным образом взаимодействует со всеми другими. При этом комплексность исполнения журналистикой своих функций носит двойной характер:

- макроуровень, т.е., вся совокупность текстов газеты, журнала, программы радио или телевидения;
- уровень отдельных произведений. При этом текст может быть монофункциональным, с доминирующей функцией, полифункциональным, причем последний пользуется наибольшим интересом

**Лекция № 4 Первичная деятельность журналиста в пространстве художественной культуры. Этапы поиска информации на темы культуры в общедоступных и закрытых источниках**

Для начинающих журналистов очень серьезной проблемой является поиск информации на темы культуры. Необходимо с самого начала научиться искать нужную информацию в общедоступных источниках. Это могут быть сообщения пресс-служб различных организаций культуры: театров, музеев, учреждений государственного управления культурой и многие другие. В настоящее время такая информация зачастую публикуется на официальных интернет-сайтах данных учреждений. При этом данную информацию можно рассматривать также как первичную «рыбу» или бэкграунд для собственного материала, поскольку в этих сообщениях, как правило, достаточно точно описывается, что и когда произойдет, в чем суть предстоящего события культуры, кто именно примет в нем участие и многое другое.

Разумеется, такая информация не может быть полностью достоверной, как и любой другой анонс. В концерте или в театральном спектакле могут быть замены исполнителей, на выставках часть произведений может принимать участие в вернисаже (первом дне работы), а затем их могут снять с показа или приобрести. Или, наоборот, какие-то произведения могут быть показаны в течение одного-двух дней в ходе работы выставки. Варианты бывают разные. Поэтому личное участие журналиста в событии, по поводу которого он собирается опубликовать тот или иной материал, как правило, необходимо.

Интересной информацией для посещения того или иного культурного мероприятия может быть также реклама в СМИ. В ней, как правило, указываются все театральные премьеры или выставки, от работы которых ожидается особый резонанс в СМИ.

Следующим этапом творческой работы журналиста в сфере культуры должно стать получение комментариев специалистов или авторов по поводу происходящего события в сфере культуры. Такие комментарии также зачастую публикуются на официальных сайтах учреждений культуры, но поскольку журналисту необходима особая оперативность в публикации своих материалов, то приходится прибегать к интервью, а также налаживать работу с источниками информации.

Такими источниками могут быть все люди, так или иначе связанные с описываемыми событиями культуры: режиссеры, исполнители, рабочие сцены, звукоформители, писатели, творческие работники издательств, художники и работники выставочных залов и музеев.

Важное требование при работе с источниками информации: можно брать информацию, касающуюся только сферы их профессиональной компетенции. Причем, желательно получить согласие на публикацию данной информации со ссылкой непосредственно на ее источник. Только таким образом можно гарантировать точность получаемой информации.

Наконец, вершиной творческого роста журналиста, пишущего на темы культуры, является создание аналитических материалов. В них журналист, со всей серьезностью оценивая деятельность тех или иных деятелей культуры или творческих коллективов, намечает для них определенные точки дальнейшего роста. Это могут быть рассуждения о том, что определенному художнику неплохо было бы попробовать себя в некоем ином жанре, поскольку в том жанре, что он работает, он уже добился выдающихся успехов. Это могут быть материалы о том, что тому или иному театру необходимо (желательно) добавить в свой репертуар или классики или, наоборот, современных пьес.

**Лекция № 5** Разновидности специализированной культуры. Политическая культура. Физическая культура. Профессиональная культура. Культурная журналистика в региональных СМИ. Культура журналистики и СМИ как профессиональная проблема.

Основные виды культуры традиционно представлены: доминирующей культурой; сельской культурой; городской культурой; обыденной культурой; специализированной культурой.

*Политическая культура журналиста* — это и мера его компетентности в сфере общественно-политической жизни, и присущая ему система представлений о месте журналистики в ней, и уровень владения им «кодексом поведения» в политической жизни (часто это называют «политкорректностью»), совокупностью норм политической деятельности.

**Культура журналистики** описывается как «общая профессиональная идеология среди журналистов». Термин «журналистская культура» охватывает культурное разнообразие журналистских ценностей, практик и медиа-продуктов или аналогичных медиа-артефактов. Исследование концепции журналистской культуры иногда предполагает всеобъемлющий консенсус среди журналистов «в отношении общего понимания и культурной идентичности журналистики».

Существуют научные дебаты о понятии общей, всемирной журналистской культуры, о том, существует ли такая общая конструкция и может ли быть обнаружена эмпирически. Было проведено несколько исследований коммуникативной науки для поиска гипотетической общей западной журналистской культуры, общеевропейской журналистской культуры или даже общей глобальной журналистской идеологии. (см. исторический обзор) Исследования журналистских культур особенно полезны при анализе предполагаемых влияний глобализации, на которые указывают всемирно известные крупные медиакомпании, на отдельные медиакультуры и их всемирную нормотворческую силу.

### **Лекция № 6 СМИ и литература. СМИ и театр. СМИ и кино.**

Книги-часть **литературы**, **СМИ** - это журналистика. **Литература** и журналистика разные жанры и у них разные задачи. Задача **СМИ** информирование в **кратчайшие** сроки население о происходящих событиях и представление ему (населению) своей точки зрения на данные события.

Медиа в сфере театра являются сегментом медиасистемы, во-первых, на институциональном уровне. Театральное искусство как социальный институт взаимодействует с медиа на уровне театральной критики или театральной журналистики.

Во-вторых, медиа в сфере театра являются сегментом медиасистемы на уровне медиарынка.

Кинематограф, зародившийся в конце XIX века, стал технологической новинкой, однако то, что он предлагал, едва ли можно было назвать новинкой в плане содержания или функций. Кинематограф перенёс прежние традиции развлечений – события, представления, музыку, драматургию, юмор и технические эффекты – в новые методы изложения и распространения информации для общедоступного пользования. Кинематограф фактически сразу стал настоящим средством массовой информации, поскольку достаточно быстро охватил большую часть населения, включая сельскую местность. В качестве **СМИ**, кинематограф отчасти стал реакцией на «изобретение» досуга – вне рабочего времени – а также ответом на требование допустимого и (в большинстве случаев) приемлемого способа проведения свободного времени всей семьёй. Таким образом, кинематограф обеспечивал рабочий класс теми культурными привилегиями, которыми уже наслаждалась «социальная верхушка». Судя по своему феноменальному росту, скрытая потребность, удовлетворённая кинематографом, была огромна. Исходя из



главных образующих элементов, упомянутых выше, всё дело не столько в технологической или социальной атмосфере, сколько в удовлетворении кинематографом человеческих потребностей. Самое очевидное – это уход от рутинной реальности в чарующий мир, желание окунуться в сказку, поиск эталонов и кумиров, желание заполнить досуг в хорошей компании с помощью безопасных и допустимых методов.

#### **Лекция № 7 СМИ и музыка. СМИ и изобразительные искусства**

**Средства массовой информации:** периодические печатные издания, радиостанции, телевизионные каналы, Интернет-СМИ и транслируемые кинохроникальные программы – оказывают большое влияние на продажи продуктов труда, узнаваемость брендов, повышение репутации и улучшение имиджа музыкальных проектов.

До сих пор СМИ занимают особое положение в отношениях между художником, государством и массовым потребителем. К тому же телевидение, радио, пресса и Интернет создают определенное культурное поле, не только фиксируют, но и интерпретируют реальность, выражая при этом либо позицию автора, либо позицию редакторов и владельцев информационного канала. К этому стоит добавить и то, что интерпретация реальности осуществляется под действием индустриальных, социокультурных, эстетических и идеологических факторов, то есть СМИ неразрывно связаны с историческим контекстом

#### **Лекция № 8 СМИ как зрелище. Зрелища в СМИ. Рекреативная функция журналистики. Развлекательные СМИ в свете теории развлечения**

В настоящее время ставится задача гуманизации рекреативной деятельности СМИ, решение которой, на наш взгляд, способствует гуманизации журналистики и общественной жизни в целом. Гуманистический способ реализации рекреативных функций СМИ сам по себе предстает как фундаментальная научная проблема, связанная с социальным и нравственным здоровьем человека, с его гармоничным развитием. Следует учитывать, что данная функция обладает созидательным гуманистическим потенциалом, и конструктивное использование ее возможностей является важным условием формирования полноценной, духовно развитой личности, способной адаптироваться к вызовам современной социокультурной ситуации. Ее решение во многом зависит от доминирующих в обществе ценностей, мировоззренческих устремлений, заинтересованности в поддержании многообразия духовных потребностей человека.

С практической стороны это означает, что задачи журналистики заключается в том, чтобы, во-первых, поддерживать и развивать позитивные стороны массового сознания, конструктивно критиковать негативные, возвышать и массы, и их сознание в соответствии с требованиями общественного прогресса. Во-вторых, воспитывать заинтересованность и формировать спрос на “высокие” формы рекреации, спорта, кино, медиапродукции, которые обладают благотворным влиянием и вызывают позитивную социальную активность, тогда как “низкие” влекут перестройку ориентаций вплоть до формирования девиантного сознания и поведения. В-третьих, как рекомендует теория социальной ответственности, прессе следует “принять на себя обязанность средств общественного пользования в области распространения информации и обсуждения мнений, экспериментировать с содержательными материалами высокого качества.

#### **Лекция № 9 Карнавальная природа телевидения как СМИ. Журналистика и СМИ в контексте понятия «игра».**

Игровое коммуникационное пространство в средствах массовой коммуникации характеризуется принципами виртуальности, символизации, стохастичности,

интерактивности, под влиянием которых возникают игровые форматы и жанры публикаций.

В средствах массовой коммуникации возникают\* особые игровые форматы и жанры, повышающие интерактивное освоение журналисткой информации.

Игровые форматы и жанры получают широкое распространение с развитием мультимедиа.

Новая игровая технология в журналистском творчестве обладает художественно-публицистическим потенциалом.

В силу повышенной интерактивности игровые форматы и жанры делают читателя соавтором в работе с информацией.

## **Практические занятия**

### **1. Практическое занятие по теме: Историческое формирование термина «культура» Общие принципы деятельности СМИ в сфере культуры**

#### **Вопросы для обсуждения**

История термина «культура»  
Культурологи XIX-XXвв. осущности культуры  
Культура и СМИ, проблемы и перспективы  
Принципы деятельности СМИ в сфере культуры

### **2. Практическое занятие по теме: Механизмы реализации ключевых понятий культуры: высокая культура и субкультуры, сохранительная и инновационная природа культуры, конфликт и взаимодействие культур, концепции гибели культуры в новых исторических условиях**

#### **Вопросы для обсуждения**

1. Механизмы реализации ключевых понятий культуры:
2. Высокая культура и субкультуры
3. Сохранительная и инновационная природа культуры,
4. Конфликт и взаимодействие культур,
5. Концепции гибели культуры в новых исторических условиях

### **6. Практическое занятие по теме: Основные функции культуры как критерии содержания культууроформирующих функций журналистики. Концепции функций журналистики**

#### **Вопросы для обсуждения**

1. Основные функции культуры как критерии содержания культууроформирующих функций журналистики.
2. Концепции функций журналистики
3. Приведите примеры журналистских материалов однозначно

выполняющих лишь какую-нибудь одну культуроформирующую функцию. Докажите свою позицию..

- 4. Практическое занятие по теме:Первичная деятельность журналиста в пространстве художественной культуры. Этапы поиска информации на темы культуры в общедоступных и закрытых источниках**

#### **Вопросы для обсуждения**

1. Первичная деятельность журналиста в пространстве художественной культуры.
2. Этапы поиска информации на темы культуры в общедоступных и закрытых источниках
3. Приведите примеры журналистских материалов
  
- 5. Практическое занятие по теме:Разновидности специализированной культуры. Политическая культура. Физическая культура. Профессиональная культура. Культурная журналистика в региональных СМИ. Культура журналистики и СМИ как профессиональная проблема.**

#### **Вопросы для обсуждения**

1. Разновидности специализированной культуры.
2. Политическая культура.
3. Физическая культура.
4. Профессиональная культура.
5. Культурная журналистика в региональных СМИ.
6. Культура журналистики и СМИ как профессиональная проблема.
  
- 6. Практическое занятие по теме:СМИ и литература. СМИ и театр. СМИ и кино.**

#### **Вопросы для обсуждения**

1. Взаимодействие СМИ и культуры в аспекте театра. Примеры позитивного и негативного взаимодействия
2. Взаимодействие СМИ и культуры в аспекте театра. Примеры позитивного и негативного взаимодействия
3. СМИ как часть литературного процесса
4. СМИ и литература
  
- 7. Практическое занятие по теме:СМИ и музыка. СМИ и изобразительные искусства**

#### **Вопросы для обсуждения**

- 1.Взаимодействие СМИ и культуры в музыкальном аспекте. Примеры позитивного и негативного взаимодействия.
5. Взаимодействие СМИ и культуры в аспекте анализа изобразительного искусства. Примеры позитивного и негативного взаимодействия.
6. Примеры специальных СМИ в области музыки и изобразительного искусства

**8. Практическое занятие по теме:СМИ как зрелище. Зрелища в СМИ. Рекреативная функция журналистики. Развлекательные СМИ в свете теории развлечения**

**Вопросы для обсуждения**

1. СМИ как зрелище.
2. Зрелища в СМИ.
3. Рекреативная функция журналистики. Позитивные и негативные тенденции.
4. Развлекательные СМИ в свете теории развлечения

**9. Практическое занятие по теме:Карнавальная природа телевидения как СМИ. Журналистика и СМИ в контексте понятия «игра».**

**Вопросы для обсуждения**

1. Феномен карнавализации (по Бахтину)
2. Журналистика как игра, «карнавал»
3. Ерничество как карнавальная игра в печатных СМИ
4. Карнавальная природа телевидения как СМИ.

**Самостоятельная работа**

На каждом из 9 семинарских занятий проводится работа по анализу текстов СМИ, касающихся вопросов культуры. Для анализа берутся актуальные публикации в «Литературной газете», в газете «Аргументы и факты», журналах о современной культуре и искусстве.

**Задания для самостоятельного выполнения**

1. Анализ текста:

**Статья «Заклятые сокровища: народные поверья о кладях»**

Код доступа: <https://www.culture.ru/traditions/articles>

**2. Творческие ответы на вопросы:**

- 1) Назовите объединяющие и отличительные характеристики различных концепций функций культуры.
- 2) Возможна ли социальная жизнь без ритуалов?
- 3) В чем причина возникновения и живучести мифа: «Во всем виноват Чубайс»?
- 4) Какие символы можно обнаружить в своем ближайшем окружении?
- 5) Объясните с точки зрения теории стиля, почему «умные женщины с годами становятся только красивее»?
- 6) Попробуйте доказать или опровергнуть мысль, что «мода – стиль для дураков».
- 7) Назовите основные способы привлечения внимания аудитории.
- 8) Что, на Ваш взгляд, самое страшное для деятеля культуры, работающего в рамках того или иного канона?
- 9) В чем суть различий между различными концепциями функций журналистики?

- 10) Докажите и опровергните мысль о том, что журналистика может навязывать обществу те или иные мысли, действия и поступки.
- 11) В чем, собственно, заключается суть современной информационной цивилизации?
- 12) Попробуйте показать взаимосвязь и взаимодействие различных функций журналистики.
- 13) Сравните графически процесс «обучения» и процесс «формирования».
- 14) По имеющимся в Вашем распоряжении СМИ попытайтесь составить окружающую Вас «информационную матрицу».
- 15) Представьте графически путь социальной идеи, полученной журналистикой, до создания конкретного журналистского материала (используя методологию системы).
- 16) Оцените примерный состав элементов и связей системы в журналистских произведениях различных жанров.
- 17) Приведите примеры журналистских материалов однозначно выполняющих лишь какую-нибудь одну функцию.
- 18) Дайте примерную характеристику мероприятий по совершенствованию культууроформирующей деятельности журналистики.

### **Вопросы для самоконтроля к зачёту по дисциплине «Художественная культура в СМИ»**

#### **Примерный перечень вопросов для самоконтроля по дисциплине**

1. Что такое культура?
2. Основные определения культуры.
3. Основные этапы формирования понятия «культура» и сущность
4. смены культурных парадигм в XX веке.
5. Сущность взаимоотношений различных субкультурных явлений.
6. Проблема смены культурных парадигм, «культурный шок».
7. Взаимоотношение и взаимодействие культуры и цивилизации.
8. Сущность концепций «конфликта культур» и «гибели культур»,
9. различные типы преодоления конфликта культур.
10. Критерии истинности культуры.
11. Этические аспекты культуры и контркультура.
12. Сохранительная и инновационная природа культуры. Культура ухода.
13. В чем заключается многообразие проявлений журналистского
14. творчества в сфере культуры?
15. СМИ как канал инкультурации массовой аудитории, два основных
16. направления деятельности по инкультурации.
17. Механизм отбора информации в общем потоке массовой информации.
18. Содержание концепции управления реализацией
19. культууроформирующей деятельностью журналистики.
20. Основные практические мероприятия по управлению
21. культууроформирующей деятельностью журналистики.
22. Применение принципов системы к изучению культуры и
23. культууроформирующих функций.
24. Содержание императивного фактора системы, содержание признаков
25. системы, основные понятия структуры системы.

## 6. Критерии оценивания результатов освоения дисциплины

### 6.1. Оценочные средства и критерии оценивания для текущей аттестации

#### 6.1.2. Текст для анализа (пример)

Ю.М. Лотман «Беседы о русской культуре» Код доступа:  
<https://arzamas.academy/special/lotman-lectures>

#### Критерии оценки

Максимальное количество – 20 баллов

Количество баллов	Оценка
20-15	«5»
10-14	«4»
8-13	«3»
Менее 13	«2»

### 6.2. Оценочные средства и критерии оценивания для промежуточной аттестации

#### 1. Зачет (7 семестр)

Зачет выставляется по результатам работы в семестре

Средствами оценивания являются задания для текущего контроля:

- анализ текста (критерии оценивания см.п.6.1.);
- творческое задание (критерии оценивания см. п.6.2).

Творческое задание:

Посетить любой спектакль в любом российском театре и написать журналистский материал по своим впечатлениям от спектакля.

Основные критерии и уровни оценки творческого задания	Баллы
1. Представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы. 2. Проблема раскрыта на теоретическом уровне, в связях и обоснованиях, с корректным использованием научных терминов и понятий в контексте ответа.	5

3. Дана аргументация своего мнения с опорой на факты социально-экономической действительности или личный социальный опыт.	
1. Представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы. 2. Проблема раскрыта с корректным использованием научных терминов и понятий в контексте ответа, но теоретические связи и обоснования не присутствуют или явно не прослеживаются. 3. Дана аргументация своего мнения с опорой на факты социально-экономической действительности или личный социальный опыт.	4
1. Представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы. 2. Проблема раскрыта при формальном использовании научных терминов. 3. Дана аргументация своего мнения с опорой на факты социально-экономической действительности или личный социальный опыт.	3
1. Представлена собственная позиция при раскрытии проблемы. 2. Проблема обозначена на бытовом уровне. 3. Аргументация неубедительная или отсутствует.	2
1. Не ясно выражена собственная позиция. 2. Проблема не раскрыта, или сформулировано мнение без аргументов. 3. Аргументация своего мнения дана вне контекста проблемы.	1

### Критерии оценивания уровня освоения дисциплины

Оценка знаний магистрантов происходит в традиционной форме, по итогам изучения курса выставляется зачет.

Уровни выставления традиционной оценки знаний студентов на зачете:

**«зачтено»** - знание учебного материала в пределах настоящей программы, владение понятийным аппаратом, при допущении незначительных ошибок;

**«не зачтено»** - отсутствие знания учебного материала в пределах настоящей программы, выраженное в форме незнания основополагающих терминов и понятий, а также неумение применять полученные знания в практической сфере коммуникации.

## 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

### 7.1. Основная литература

1. Глазков, А. В. Семантика: от слова к тексту: учебник и практикум для вузов / А. В. Глазков. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 492 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15025-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/486421> (дата обращения: 01.07.2022).

2. Колесниченко, А. В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов: учебник и практикум для вузов / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 321 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14550-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490135> (дата обращения: 01.07.2022).

### 7.2 Дополнительная литература

1. Средства массовой информации России: учеб. пособие для студентов вузов по направлению 520600 и спец. 021400 "Журналистика" / авт.: М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова, Е. Л. Вартанова и др.; под ред. Я. Н. Засурского; науч. ред.: Е. Л. Вартанова,

М. В. Шкондин .— 2-е изд., испр. и доп .— М. : Аспект Пресс, 2011 .— 391 с. : ил. — РЕКОМЕНДОВАНО УМО

2. Актуальные проблемы СМИ: Материалы Первой российско-американской конференции / Под ред. Г.В. Винокурова, А.Г. Рихтера, В.В. Чернышова. М., 1997.

3. Антология речевых жанров, М., 2007.

### **7.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

#### *I. Сайты базовых академических структур*

1. Отделение Российской Академии наук (ОФСПП): [http:// www.che.nsk.su/RAN/WIN/STRUCT/DIVISION.HTM](http://www.che.nsk.su/RAN/WIN/STRUCT/DIVISION.HTM).

2. Институт русского языка им. Виноградова: [http:// www.ruslang.ru/](http://www.ruslang.ru/)

#### *II. Электронные библиотеки*

3. Электронная библиотека социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова: <http://www.lib.socio.msu.ru/>

4. Российская Государственная Библиотека: <http://www.rsl.ru/>

5. Научная электронная библиотека: <http://txt.elibrary.ru/>

6. Научная библиотека Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова: <http://www.lib.msu.su/index.html>

7. Открытая русская электронная библиотека: <http://orel.rsl.ru/index.shtml>

8. Научная библиотека Санкт-Петербургского государственного университета: <http://www.lib.pu.ru/>

9. Университетская информационная система «Россия»: <http://uisrussia.msu.ru>

#### **Специализированные сайты:**

<http://www.media-pravo.info/>

<http://law.edu.ru/book/book.asp?bookID=1188433>

[www.mmdc.ru](http://www.mmdc.ru)

[www.media-pravo.info](http://www.media-pravo.info)

## **8. Материально-техническое обеспечение**

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Стандартная учебная мебель (28 посадочных мест), стол преподавателя (1), стул (1), кафедра (1), мультимедиапроектор EPSON (1), ноутбук LENOVO (1), переносной экран (1), доска настенная (1).

## **9. Программное обеспечение**

Microsoft Open License (Windows XP, 7, 8, 10, Server, Office 2003-2016), лицензия 66975477 от 03.06.2016 (бессрочно).

Обучающимся обеспечен доступ к ЭБС «Юрайт», ЭБС «IPRbooks», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, а также доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 6314D932A1EC8352F4BBFDEFD0AA3F30

Владелец: Артеменков Михаил Николаевич

Действителен: с 21.09.2022 до 15.12.2023