

Министерство образования Республики Беларусь
Учебно-методическое объединение
по гуманитарному образованию

УТВЕРЖДАЮ

Первый заместитель Министра образования
Республики Беларусь

А. И. Жук

02.11.2011

Регистрационный № ТД-Е. 392/тип.

ОСНОВЫ ЖУРНАЛИСТИКИ

Типовая учебная программа

для высших учебных заведений по специальностям:

1-23 01 08 «Журналистика (по направлениям)»

1-23 01 07 «Информация и коммуникация (по направлениям)»

(1-23 01 07-01 «Информация и коммуникация(технологии коммуникации)»);

1-23 01 07-02 «Информация и коммуникация (социальные технологии,
научно-педагогическая деятельность)»)

СОГЛАСОВАНО

Начальник Управления печатных
СМИ и внешних связей
Министерства информации
Республики Беларусь

В.В. Матусевич

СОГЛАСОВАНО

Начальник Управления высшего
и среднего специального образования
Министерства образования Республики
Беларусь

Ю. И. Миксюк

Начальник Управления
электронных СМИ Министерства
информации Республики Беларусь

В. И. Ядренцев

Проректор по учебной и
воспитательной работе
Государственного учреждения
образования «Республиканский
институт высшей школы»

В. И. Шупляк

Председатель учебно-
методического объединения
по гуманитарному образованию

В. Л. Клюня

Эксперт-нормоконтролер

А. А. Терасиня

СОСТАВИТЕЛИ:

Градюшко А.А., доцент кафедры теории и методологии журналистики факультета журналистики Белорусского государственного университета, кандидат филологических наук, доцент;

Касько В.К., доцент кафедры периодической печати факультета журналистики Белорусского государственного университета, кандидат филологических наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Кафедра журналистики учреждения образования «Могилевский государственный университет им. А.А. Кулешова»;

Кафедра журналистики частного учреждения образования «Институт парламентаризма и предпринимательства»;

Акулик А.К., ведущий научный сотрудник Государственного научного учреждения «Институт экономики Национальной академии наук Беларуси», кандидат исторических наук;

Пивоварчик Т.А., заведующая кафедрой журналистики учреждения образования «Гродненский государственный университет им. Я. Купалы», кандидат филологических наук, доцент;

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ В КАЧЕСТВЕ ТИПОВОЙ:

Кафедрой периодической печати Института журналистики Белорусского государственного университета (протокол № 9 от 27.05.2011 г.);

Кафедрой социальной коммуникации факультета философии и социальных наук Белорусского государственного университета (протокол № 12 от 27.05.2011 г.);

Научно-методическим советом Белорусского государственного университета (протокол № 4 от 31.05.2011 г.);

Научно-методическим советом по группе специальностей журналистики учебно-методического объединения по гуманитарному образованию (протокол № 5 от 17.06.2011 г.);

Научно-методическим советом по гуманитарным специальностям учебно-методического объединения по гуманитарному образованию (протокол № 4 от 02.06.2011 г.)

Ответственный за выпуск: Тумилович Н.В.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Основы журналистики» является одной из важнейших в процессе подготовки будущих специалистов сферы масс-медиа. Она фактически открывает собой знакомство студентов с богатым комплексом теоретического знания об избранной ими специальности. Понятия и идеи, которые осваиваются ими на этом этапе образования, будут впоследствии уточняться и дополняться при рассмотрении других, более конкретных вопросов, таких, как роль и функция прессы, свобода печати, массовая аудитория, эффективность журналистской деятельности, взаимодействие государственных (официальных) и негосударственных (неофициальных) средств массовой информации и др. В рамках дисциплины у студентов формируются представления о роли и функциях журналистики в современном обществе, о принципах журналистской деятельности, о видах СМИ и специфике их редакционной деятельности, об особенностях работы в практической журналистике.

Предметом курса служат фундаментальные явления и понятия, определяющие роль и назначение журналистики в обществе, ее взаимоотношения с системой власти и управления, комплекс требований к личностным качествам и квалификации сотрудников редакций, основы эффективности журналистской деятельности.

Первая часть дисциплины «Основы журналистики» дает первоначальные сведения о возникновении, развитии и становлении журналистики, о ее функциях, о роли СМИ в системе социальных институтов общества, знакомит студентов с основными принципами журналистской деятельности.

Преподавание второй части дисциплины «Основы журналистики (организация работы редакции СМИ)» направлено на изучение специфики работы творческих, технических, коммерческих подразделений редакций белорусских печатных, аудиовизуальных и Интернет-СМИ.

Программа дисциплины охватывает достаточно широкий диапазон тем. Прослушав лекции, студенты будут иметь комплексное представление об организации работы редакций СМИ Республики Беларусь, а также тенденциях, проблемах и перспективах журналистики. В ходе практических занятий предполагается выявить творческие способности каждого студента, научить его практическим методам и приемам работы, сбора фактов, их анализа, подготовки журналистских материалов.

Цели учебной дисциплины.

Преподавание дисциплины «Основы журналистики» ставит своей **целью** дать студентам комплексные и системные знания об особенностях работы редакций печатных, аудиовизуальных и Интернет-СМИ в современных условиях, привить навыки практической работы в прессе, на радио и телевидении, научить будущих журналистов и специалистов по связям с общественностью эффективно использовать новые информационные технологии в будущей профессиональной.

Задачи дисциплины. В соответствии с поставленной целью основные задачи дисциплины следующие:

- ознакомить студентов с основными видами профессиональной деятельности журналистов в средствах массовой информации Республики Беларусь;
- рассмотреть основные принципы организации работы СМИ и показать их взаимосвязь;
- выявить основные цели и задачи редакционной деятельности;
- проанализировать структуру СМИ разных видов и форм собственности;
- показать особенности журналистского труда в редакции на примерах ведущих государственных СМИ Беларуси;
- ознакомить студентов с принципами руководства и управления редакционным коллективом;
- проанализировать особенности работы основных творческих подразделений редакции;
- раскрыть специфику деятельности технических и вспомогательных служб в процессе редакционной деятельности;
- осознать значимость перспективного и текущего планирования работы редакции;
- изучить основные направления финансовой политики СМИ и редакционного маркетинга;
- осмыслить особенности организации рекламного отдела редакции;
- показать важность использования новых информационных технологий в редакционной деятельности;
- способствовать развитию творческого мышления студентов, сформировать у них практические навыки для дальнейшей работы в редакциях печатных, аудиовизуальных и Интернет-СМИ;
- выявить проблемы, перспективы и тенденции журналистики в XXI веке.

По итогам изучения дисциплины «Основы журналистики» выпускник должен

знать:

- сущность массовой коммуникационной деятельности и ее функции;
- сущность журналистики как творческой и организационной деятельности в области СМИ;
- систему средств массовой информации РБ;
- правовые, нравственные и эстетические основы журналистики;
- сущность эффективности и действенности средств массовой информации;
- особенности работы творческих, технических и коммерческих подразделений различных редакций;
- специфику работы в рекламном отделе;
- основные направления планирования работы редакции;

уметь:

- анализировать основные формы коммуникационной деятельности;

- характеризовать средства массовой коммуникации по типологическим признакам;
- раскрывать понятийный аппарат как систему фундаментальных знаний;
- характеризовать деятельность СМИ со стороны носителей информации: средства-каналы и типы изданий-система и взаимосвязи-распространение;
- раскрывать особенности СМИ в связи с характером журналистской деятельности в конкретных социальных условиях;
- составлять индивидуальные и коллективные творческие планы;
- работать в различных подразделениях современной редакции;
- составлять примерный бизнес-план редакции;
- работать на пресс-конференциях и брифингах;
- эффективно использовать Интернет в профессиональной деятельности.

Предлагаемая программа творчески вобрала в себя элементы теоретическо-практического опыта соответствующих кафедр факультетов журналистики Московского, Санкт-Петербургского, Воронежского университетов, а также зарубежных вузов. При создании программы использован опыт практической работы СМИ Республики Беларусь.

На изучение «Основ журналистики» в соответствии с типовыми учебными планами максимально отводится 182 часа, в том числе 68 часов аудиторных занятий (28 часов – лекции, 40 часов – практические занятия).

Дисциплина «Основы журналистики» связана со следующими дисциплинами: «История коммуникации и журналистики», «Современные технологии коммуникации», «Экономика и менеджмент коммуникации», «Профессиональная этика коммуникационной деятельности», «Выпуск учебной газеты, телерадиопередачи», «Основы творческого мастерства журналиста», «Экономика и менеджмент средств массовой информации».

Основными методами и технологиями, применяемыми в ходе изучения дисциплины, являются:

- проектные технологии;
- коммуникативные технологии (дискуссия, пресс-конференция, «мозговой штурм», учебные дебаты);
- игровые технологии, в рамках которых студенты участвуют в деловых, ролевых, имитационных играх, и др.;
- метод работы в малых группах.

Требования к уровню усвоения содержания учебной дисциплины.

Уровень усвоения содержания учебной дисциплины проверяется, кроме активности и полноты ответов на семинарских и практических занятиях, качеством текстов, подготовленных студентами (опубликованных в печати и принятых к опубликованию).

Форма контроля знаний. Основной рекомендуемой формой текущего контроля знаний являются выступления на практических занятиях и выполнение письменных заданий. Зачет рекомендовано проводить в форме

тестирования. Итоговый контроль (экзамен) рекомендуется проводить в устной форме.

**ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
по дисциплине «Основы журналистики»**

№	Наименование раздела, темы	Количество аудиторных часов		
		всего	в том числе	
			лекции	практические занятия
Часть 1.				
1.1	Журналистика как сфера массово-информационной деятельности	4	2	2
1.2	Функции журналистики	4	2	2
1.3	Социальная позиция журналиста	4	2	2
1.4	Свобода печати и журналистской деятельности	4	2	2
1.5	Журналистика в системе социальных институтов	2		2
1.6	Журналистика в информационном пространстве	4	2	2
1.7	Журналистика как область творческой деятельности	4		4
1.8	Действенность и эффективность журналистики	4	2	2
1.9	Журналист как субъект массово-информационной деятельности	4	2	2
Часть 2.				
2.1	Понятие редакции СМИ, ее цели, задачи и структура	4	2	2
2.2	Руководство редакционным коллективом	4	2	2
2.3	Творческий персонал редакции	4	2	2
2.4	Технические и вспомогательные подразделения редакции	2		2
2.5	Основы редакционного маркетинга	4	2	2
2.6	Организация работы рекламного от-	2		2

	дела СМИ			
2.7	Планирование работы редакции	4	2	2
2.8	Подготовка и выпуск номера газеты (теле- и радиопередачи)	2		2
2.9	Новые информационные технологии в работе СМИ	4	2	2
2.10	Проблемы и перспективы развития журналистики в XXI веке	4	2	2
	ИТОГО	68	28	40

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

ЧАСТЬ 1.

Тема 1.1.

Журналистика как сфера массово-информационной деятельности

Специфика массово-информационной деятельности. Информационное обеспечение жизнедеятельности общества. Понятие «информация»: обыденное и научное содержание термина. Многообразие использования. Традиционные и современные значения. Производство – текст – информация.

Массовая информация в ее взаимоотношениях с личностной и специальной. Признаки и специфика массовой информации. Журналистика как носитель массовой информации. Массово-информационная деятельность: сбор, обработка, компоновка, передача, восприятие, трансформация, хранение и использование информации.

Проблема информационной насыщенности текста и его информативности. Условия и критерии информативности. Право на информацию журналистов и аудитории. Проблема информированности. Информационная безопасность. Информация и дезинформация. Проблема «информационного порядка» в обществе.

Массовая информация в социальном управлении. Ожидаемые и реальные результаты массово-информационных контактов. Информация как фактор формирования сознания и направленности поведения массовой аудитории. Массовая информация и социальные институты.

Тема 1.2.

Функции журналистики

Функциональный подход к журналистской деятельности. Место категории «функция» в системе знаний о журналистике. Взаимосвязь понятий «цель», «средства», «деятельность», «результат». Функции журналистики: объективное предназначение и субъективное целеполагание.

Функциональная роль СМИ в общественной системе и представления о функциях различных субъектов системы (учредителя, журналиста, аудитории).

Коммуникативная функция в деятельности журналиста. Понятие коммуникации. Многообразие коммуникативных средств и форм. Средства массовой коммуникации.

Идеологические функции. Понятие «идеология», проблема «деидеологизации», «переидеологизации», «реидеологизации». Идеология и социальная ориентация. Журналистика и массовое сознание. Структура массового сознания и его реальное бытие в различных социальных группах. Журналистика и различные компоненты массового сознания (мировоззрение, миросозерцание, историческое сознание, общественное мнение).

Место и роль журналистики в формировании отдельных компонентов массового сознания. Определяющий сущность СМИ характер взаимоотношений «журналистика – общественное мнение». СМИ – аккумулятор, трибуна, комментатор, аналитик, инструмент формирования, преобразования и развития общественного мнения. Особенности его взаимодействия с другими компонентами массового сознания.

Культуроформирующие функции СМИ. Журналистика в ряду других институтов в отношениях с «массовой культурой». СМИ и культура быта, досуга, здоровья, общения. Рекламно-справочная (утилитарная) информация. Рекреативные функции СМИ. Журналистика и развлечение, психологическая релаксация.

Непосредственно-организаторские функции СМИ. Массово-информационное обеспечение решения политических, экономических, социальных и других задач. Участие журналистики в управлении и социальном контроле. Журналистика и социальная защита граждан.

Функции журналистики как система. Взаимодополнение функций в массово-информационном процессе. Функциональная структура отдельных изданий и программ.

Тема 1.3.

Социальная позиция журналиста

Представления журналиста о функциях и выполнении их в зависимости от его взглядов на жизнь общества. Социальная позиция журналиста как отношение к прошлому и настоящему, представление о желаемом будущем, действующих силах, путях и средствах его достижения. Журналистика и разнообразие позиций, ценностей и интересов социальных групп (классовых, национальных, региональных, конфессиональных, возрастных и др.) и общественных объединений.

Социально-групповое и общечеловеческое начала в позиции: трудности согласования подходов. Границы разнообразия в рамках гуманистической системы ориентиров: необходимость видения жизни человека и общества в перспективе социально-экономического и духовного прогресса, соблюдения прав человека и решения глобальных проблем человечества. Отношение к экстремизму в различных проявлениях. Выбор позиции и проблема не-

зависимости журналиста. Позиция по убеждению, конформизм и нонконформизм.

Социальная позиция как система принципов деятельности. Сущность и механизм формирования принципов. Причины различий в интерпретации принципов (объективности, народности, патриотизма и др.). Историческая динамика принципов. Роль принципа гуманизма как интегрального выражения принципов. Гуманистические критерии деятельности в СМИ.

Принципиальность – ясность и последовательность позиции и формы ее реализации. Проблема верности принципам. Ложные формы принципиальности (догматическая, демагогическая). Недостаток принципиальности – отступления от принципиальности – беспринципность.

Принципы – основа деятельности СМИ по социальной ориентации «потребителей» информации в самых различных сферах жизни. Журналистика и политика (политические отношения, политические организации, политическая идеология, политическая деятельность). Политическая линия СМИ и характер отражения явлений жизни разного типа (в том числе и нейтральных в политическом отношении). Журналистика как инструмент политики. Политическая культура журналиста. Политический анализ: требования и процесс.

Тема 1.4.

Свобода печати в журналистской деятельности

Социальная позиция и возможности ее свободной реализации. Многозначность понятия «свобода» и трудности, связанные с его пониманием и использованием.

Возникновение лозунга «свободы печати». Становление и характер концепций свободы: авторитарная, полная, ответственная свободы. Зависимость концептуальных решений от социальной позиции различных общественных сил. Политическая и идеологическая борьба на различных этапах развития журналистики. Проблема социальной ответственности. Борьба различных концепций. Творческий потенциал журналиста и мера свободы деятельности.

Юридический аспект свободы журналистики. Законодательство о журналистике как юридическая фиксация рамок социально-творческой свободы. Мера адекватности действующих норм. Ограничение свободы и злоупотребление ею. Пресечение злоупотреблений свободой печати на основе закона. Законодательно закрепленные права и обязанности субъектов журналистской деятельности. Права аудитории СМИ на информацию. Социальные институты как объекты публикаций: объективная ответственность и характер ее закрепления в законодательстве. Нормы международного права и национальное законодательство.

Экономические условия и возможности реализации права на свободу журналистской деятельности. Экономические основы функционирования СМИ в государственном, общественном, частном секторах. Источники средств. Проблема экономической независимости. Диверсификация источников финансовых поступлений. Концерны и конгломераты.

Социально-творческая, юридическая и экономическая свободы журналистики в различных социальных системах. Исторические типы журналистики. Сущность и эволюция. Роль различных исторических типов СМИ в современной цивилизации и мера их свободы. Отношение к историческому наследию в сфере журналистики.

Международные обмены в массово-информационной деятельности. Глобализация и проблемы формирования единого мирового информационного пространства на пути к открытому обществу. Правовое регулирование массово-информационной деятельности на международной арене.

Тема 1.5.

Журналистика в системе социальных институтов

Многообразие видов социальных институтов и их юридических статусов. Вопрос о журналистике как «четвертой власти». Специфика, масштабы, ограничения формы реализации «властных полномочий» различных СМИ. Проблема легитимности СМИ как «четвертой власти». Отношения с «первой», «второй», «третьей» властями. Область и мера «властных полномочий».

СМИ и информационный порядок в обществе. Информационное обеспечение деятельности органов государственной власти через достижение информированности всех слоев общества.

Государственная политика в области СМИ. Требования информационного порядка и его нормативного фиксирования. Регулирование отношений «учредитель (владелец) – главный редактор-журналист», «СМИ – действительность», «СМИ – социальные институты», «СМИ – аудитория». Уставные документы, регламентирующие деятельность редакций. Государственный и общественный контроль за деятельностью СМИ.

Обеспечение информационной безопасности. Национальные интересы в обеспечении информационной безопасности личности (человека и гражданина), общества, государства. Информированность как важнейшее условие безопасного состояния и развития.

Тема 1.6.

Журналистика в информационном пространстве

Деятельность СМИ различного типа и уровня в информационном пространстве. «Информационные поля» различных СМИ и «информационная среда» личности. Критерии «единства» информационного пространства на основе требований информационного обеспечения демократии через достижение информированности всех слоев аудитории. Зависимость меры выполнения от состояния системы СМИ.

Использование в СМИ различных средств коммуникационной техники. Печатные СМИ: газеты, еженедельники, журналы, альманахи и др. Специфика прессы как носителя информации. Достоинства и недостатки. Пресса в условиях действия радио и телевидения. Прогнозы развития прессы. Интернет-издания, их место в системе СМИ.

Инфраструктура СМИ. Агентства и другие производители печатной, аудио- и видеоинформации. Отношения с прессой, радио- и телевещательными организациями. Пресс-службы ведомств и организаций.

Структура системы СМИ. Формирование и проблемы оптимизации. СМИ в глобальном информационном пространстве. Мировые массово-информационные сети. Типы изданий и программ радио- и телевещания. Микросистема СМИ: совокупность изданий и программ, к которым обращается конкретная аудитория (на уровне личности, семьи, малой группы и т. д.). Открытость и динамика системы СМИ. Критерии оптимальности. Внешние и внутренние факторы становления и развития.

Пресса – радио – телевидение – Интернет-СМИ: проблема взаимоотношений.

Тема 1.7.

Журналистика как область творческой деятельности

Творческая деятельность как способ реализации функций СМИ на базе принятой социальной позиции. Сущность творчества. Единство продуктивного и репродуктивного.

Виды творческой деятельности в журналистике. Журналист как руководитель СМИ и его подразделений, редактор (продюсер и т. д.), организатор, автор при подготовке номера, программы, пресс-релиза и т. д.

Формирование, принятие и проведение информационной политики – содержательная основа творчества. Сущность и структурные части информационной политики. Направление издания и программы как реальное проявление социальной позиции. Программная политика. Проблемно-тематические линии и формы их творческого воплощения. Факты, комментарии и мнения. Отношения со своей аудиторией. Взаимоотношения с другими СМИ. Реализация информационной политики: пропаганда, агитация, контр-пропаганда.

Редакция как творческий коллектив. Взаимодополнение и взаимозаменяемость. Индивидуальные и коллективные формы творчества. Качества массовой информации: достоверность, объективность, актуальность, оперативность, последовательность и т. д. Доказательность и убедительность. Опровержение и переубеждение.

Типы и методологические основы творчества в журналистике. Использование в СМИ научного, художественного, публицистического типов творчества. Роль и специфика публицистики в журналистике. Публицистика и общественное мнение. Публицистичность других произведений в СМИ.

Произведение: содержание (тема, проблема, идея) и форма (жанр, композиция, стиль). Процесс создания произведения: замысел, подготовленность и подготовка к реализации, сбор и обработка данных. Создание текста и включение его в структуру номера (программы). Уровни творчества: навыки, искусство, мастерство. Творческая индивидуальность.

Тема 1.8.

Действенность и эффективность журналистики

Действенность выступлений журналистики как мера результативности контрольной, непосредственно-организаторской деятельности. Определение («формула») действенности и ее использование в практике. Требования обоснованности, конструктивности, реалистичности. Организаторские факторы повышения действенности. Проблема правового регулирования реакции социальных институтов на выступления СМИ. Значение публикаций типа «по следам наших выступлений» для авторитета СМИ. Методы изучения действенности и использование их результатов.

Эффективность – мера результативности влияния на массовую аудиторию при реализации ее потребностей в информации. Определение («формула») эффективности и ее значение для практической ориентации журналиста на конечные результаты. Знание аудитории как условие эффективности. Представления о потребностях, интересах, мотивах, предпочтениях, запросах аудитории и их роль в определении информационной политики.

Изучение эффективности в целях оптимизации деятельности журналистики. Аналитические службы и формы их деятельности. Критерии эффективности и методы ее изучения. Анализ реальной и потенциальной эффективности текстов. Интерпретация данных и разработка рекомендаций по оптимизации и повышению эффективности деятельности СМИ.

Взаимозависимость эффективности и действенности.

Тема 1.9.

Журналист как субъект массово-информационной деятельности

Система личностных свойств журналиста. Профессиональные склонности, творческие способности, мировоззренческие основы и социальная позиция. Профессиональные качества. Система профессиональных, общегуманитарных, социально-политических специальных знаний. Области компетенции журналиста и проблема компетентности. Обучение и самообразование. Накопление и осмысление профессионального опыта.

Формы ответственности (гражданская, юридическая, этическая) и характер их кодификации.

Гражданская ответственность. Сознательность и убежденность в выборе своей социальной позиции. Толерантное и честное отношение к другим общественным силам и их представителям в сфере массовой информации. Внимание к аудитории, ее потребностям, интересам, запросам.

Юридическая ответственность журналиста. Правовые рамки деятельности в СМИ. Юридическая компетентность журналиста в сфере его предметно-тематических интересов. Права и обязанности журналиста. Ответственность за злоупотребление свободой журналистской деятельности. Охрана чести, достоинства, деловой репутации журналистов. Защита журналиста от неправомерных действий: закон и практика. Основания исков к журналистам. Авторское право. Ответственность за плагиат.

Этическая ответственность журналиста. Профессиональная этика. Принципы, нормы и правила этического поведения в различных сферах журналистской деятельности («журналист – аудитория», «журналист – источник информации», «журналист – персонаж произведения», «журналист – колле-

ги» и др.). Этические кодексы. Контроль за их соблюдением. Ответственность за нарушения. Журналистский этикет.

ЧАСТЬ 2.

Тема 2. 1.

Понятие редакции СМИ, ее цели, задачи и структура

Предмет, цели, задачи и структура курса. Общая характеристика системы СМИ Республики Беларусь. Типология белорусских периодических изданий. Структура и организация ТВ и радиовещания. Понятие редакции СМИ, основные цели и задачи редакционной деятельности. Ведущие общественно-политические издания Беларуси. Областные, районные, городские и многотиражные издания. Информационно-аналитические теле- и радиопрограммы.

Порядок учреждения и регистрации СМИ, его дальнейшей деятельности. Законодательное обеспечение деятельности СМИ. Устав редакции и его специфика. Структура редакционного коллектива. Состав редакции. Штатное расписание. Творческое, техническое и коммерческое направления деятельности редакции. Проблема унификации журналистских специализаций.

Виды профессиональной деятельности журналиста. Журналистика авторская, организаторская, редакторская, программирующая, производственно-технологическая. Их взаимосвязь и взаимообусловленность.

Принципы организации работы редакции. Правдивость, коллективность, комплексность, системность, плановость, непрерывность, личная ответственность, самокритичность, обратная связь с читателями, поддержание творческого микроклимата, сочетание универсальности знаний со специализацией.

Профессиональные организации журналистов Республики Беларусь.

Тема 2.2.

Руководство редакционным коллективом

Персонал управления в структуре редакционного коллектива. Главный редактор газеты. Назначение и утверждение главного редактора, его полномочия и должностные обязанности. Квалификационные требования, предъявляемые к главному редактору. Первый заместитель главного редактора. Заместители главного редактора.

Редакционная коллегия (редакционный совет) как совещательный орган управления редакцией. Состав редколлегии (редсовета). Права и обязанности членов редколлегии. Разработка концепции издания, составление текущих и перспективных планов. Планерки, летучки, творческие совещания.

Секретариат редакции. Ответственный секретарь и его заместители. Подготовка и выпуск номера газеты. Отбор материалов. Контроль выполнения творческих планов. Координация работы отделов. Разработка очередных и перспективных планов. Руководство подготовкой макета номера.

Программный директор радио и телевидения, его полномочия. Генеральный продюсер. Редактор ТВ как организатор творческого процесса. Ди-

рекция информационного вещания. Понятия «формат радиостанции», «сетка вещания».

Тема 2.3.

Творческий персонал редакции

Корреспондент газеты и его обязанности. Поиск тем, сбор информации. Ответственность за оперативное и достоверное освещение событий. Понятие «индивидуальный творческий план». Подготовка обязательного минимума материалов. Собственный и специальный корреспонденты газеты. Обозреватель и его обязанности. Специфика работы фотокорреспондента.

Творческий персонал на радио и телевидении. Репортер (корреспондент), телевизионный обозреватель, телекомментатор. Ведущий информационных программ, интервьюер, модератор, шоумен. Личность в журналистике: ориентиры творческого поиска. Особенности работы ведущего на радиостанциях различного формата.

Права и обязанности журналиста. Право на получение информации. Порядок запроса информации.

Творческие отделы редакции. Виды отделов, их структура и организация работы. Заведующий отделом (редактор отдела) и его обязанности. Подготовка материалов к публикации. Разработка перспективных и текущих планов. Отдел писем, его структура. Способы учета и анализа писем. Специфика работы с письмами читателей, слушателей, зрителей. Информационные технологии в организации работы отдела писем.

Массовая работа редакции. Дни подписчика, конкурсы, фестивали, «круглые столы», промо-акции, участие в выставках. Спортивные соревнования на призы газеты (телеканала, радиостанции). Выездные редакции. Прочие формы массовой работы. Формирование авторского актива.

Тема 2.4.

Технические и вспомогательные подразделения редакции

Технические службы в структуре редакции. Операторы компьютерного набора. Стилистический редактор. Корректурка. Особенности вычитки материалов. Типичные логические, смысловые и стилистические ошибки. Виды правок. Дежурная служба. Выпускающий редактор. Организация работа отдела проверки (контроля). Компьютерная верстка. Заведующий отделом иллюстраций. Веб-редактор. Системный администратор. Интернет-бюро.

Профессия оператора на телевидении. Телевизионная передача как комплекс художественных и технических средств. Режиссура ТВ-эфира. Соотношение слова и изображения. Звукооператор, осветитель, видеоинженер, их обязанности. Современные приемы радиорежиссуры.

Вспомогательный персонал редакции. Заведующий приемной, секретарь главного редактора, юрист, инспектор по кадрам, менеджер, маркетолог, бухгалтер, начальник отдела распространения, завхоз, водитель служебного автомобиля.

Тема 2.5.

Основы редакционного маркетинга

Понятие редакционного маркетинга. Его цели, задачи, направления. Конъюнктура рынка СМИ. Массовая информация как товар. Структура службы маркетинга. Должностные обязанности маркетологов. Изучение рынка конкурирующих СМИ, определение места на нем газеты (теле- и радиостанции). Специфика проведения мониторинга.

Структура радио- и телеаудитории, формы ее изучения и анализа. Современные методы и средства социологического исследования аудитории печатных и аудиовизуальных СМИ. Демографический портрет читателя (слушателя, зрителя). Изучение рынка рекламодателей. Промоушн издания. Продвижение и использование брэнда.

Бизнес-план и бюджет в системе редакционного планирования. Экономическая база редакции. Прибыльность и конкурентоспособность. Рекламная, ценовая и тиражная политика редакции. Доходная часть. Расходная часть. Статьи доходов и расходов. Понятие рентабельности.

Тема 2.6.

Организация работы рекламного отдела СМИ

Реклама в газете, на радио, телевидении, в Интернете. Понятие целевой аудитории. Структура рекламного отдела (бюро по рекламе, рекламной службы). Заведующий отделом, менеджеры, рекламные агенты. Рекламная политика редакции. Работа с рекламными агентствами. Специализированные рекламные СМИ. Проблема скрытой и недостоверной рекламы.

Виды рекламных объявлений. Модульная, строчная, табличная, текстовая, баннерная, контекстная реклама. Прайс-лист и его структура. Макетирование рекламных объявлений. Работа журналиста с рекламодателями. Политика наценок и скидок за размещение рекламы. Особенности подготовки и написания рекламных материалов.

Реклама на телевидении и радио. Постановочные видеоролики, презентационные фильмы, музыкальные видеоклипы, телепрограммы, анимированные сюжеты. Понятие «прайм-тайм». Ценовая политика радиостанций и телеканалов.

Порядок оформления заказа на рекламу. Предоплата. Бланк-заказ, счет-фактура, платежное поручение. Договор о выполнении рекламных работ, акт выполненных работ. Специфика бартерных сделок. Комиссионное вознаграждение за организацию рекламного материала.

Тема 2.7.

Планирование работы редакции

Планирование как основа организации редакционной деятельности. Система редакционных планов. Критерии планирования. Планы отдела, секретариата, редакции. Период планирования. Перспективное и оперативное планирование. Долговременный план развития СМИ. Понятие «задел». Квартальный, месячный и недельный планы. Требования к текущим планам редакции. Индивидуальный творческий план журналиста, его соответствие целям и задачам периодического издания.

Планирование очередного номера газеты (выпуска теле- и радиопередачи). Редакционные планерки. Критерии планирования. Широта географии публикаций, разнообразие авторов, тем и жанров. Соотношение информационных, проблемных и критических материалов. Разнообразие содержания материалов.

Понятие «сетка вещания» на радио. Организация вещательного дня. Выбор времени для каждой передачи. Особенности построения утренних, дневных, вечерних и ночных отрезков вещания. Передачи общественно-политической тематики. Музыкальные, развлекательные, литературные, драматические передачи. Современные тенденции программирования на радио и телевидении. Понятие «сценарная заявка». Средства создания публицистического телесценария.

Тема 2.8.

Подготовка и выпуск номера газеты (теле- и радиопередачи)

Деятельность СМИ и ее информационное обеспечение. Информационные агентства, пресс-центры, пресс-службы, службы по связям с общественностью и прочие информационные источники. Пресс-конференции, брифинги, круглые столы и другие мероприятия с участием журналистов. Поиск темы и ее разработка.

Принципы отбора и редактирования материалов. Система рубрик и разделов. Движение материалов. Номер газеты как единство материалов различных отделов редакции. Подготовка макетов полос. График верстки текущего номера. Формы подачи материалов. Подборка, тематическая страница, разворот, тематический номер. Материалы основной и вспомогательной тематики, развлекательного, справочно-информационного характера. Дежурная служба и ее состав. Выпуск Интернет-версии периодического издания. Организация работы Интернет-редакции. Понятие конвергенции.

Планирование информационных выпусков на радио, их зависимость от формата радиостанции. Основные компоненты информационного, музыкального и разговорного форматов. Современные типы и модели государственного и коммерческого вещания. Плей-лист как основной программный элемент эфира. Принципы и методы составления плей-листа.

Подготовка телепередачи. Принципы верстки информационного выпуска, информационно-аналитической программы. Природа и особенности ТВ-сценария. Коллективный характер творческого процесса. Специфика взаимодействия репортера, оператора, ассистента, видеоинженера, звукооператора. Мастерство монтажа передачи. Язык экрана, его элементы.

Реагирование должностных лиц на критические выступления в государственных средствах массовой информации.

Тема 2.9.

Новые информационные технологии в работе СМИ

Прогресс в области информационных технологий и изменения на рынке СМИ. Журналистский инструментарий XXI века. Ноутбук, карманный компьютер, цифровой диктофон, цифровой фотоаппарат. Электронные базы данных, архивы и досье. Влияние современных технологий на структуру ре-

дакционного аппарата, организацию его работы. Внутренняя компьютерная сеть редакции.

Интернет в работе журналиста. Интернет как источник разнообразной информации, средство коммуникации и медийное пространство. Журналистские ресурсы Интернета. Поисковые системы и каталоги, электронные базы данных и архивы СМИ, сайты информационных агентств, органов государственной власти, информационно-образовательные порталы, правовые ресурсы, сайты пресс-центров.

Периодические издания, телеканалы и радиостанции в Интернете. Специфика сайтов традиционных СМИ. Онлайновая пресса. Основные преимущества Интернет-СМИ. Оперативность, мультимедийность, гипертекстовость, интерактивность, возможность архивирования информации. Организация процесса выпуска Интернет-издания. Перспективы Интернет-журналистики.

Тема 2.10.

Проблемы и перспективы развития журналистики в XXI веке

Деятельность журналиста в контексте глобальных проблем современности. Несовершенство законодательства, слабая материально-техническая база редакций, недостаток профессиональных журналистских кадров, слабое владение журналистами современными информационными технологиями. Проблема доступа к информации и пути ее решения.

Тематическая бедность и ограниченность публикаций. Недостаток квалифицированных журналистов. Нарушения принципов свободы печати. Плагиат. Угрозы и физическое насилие по отношению к журналистам, пишущим проблемные и критические материалы. Нарушение принципа свободы печати и других средств массовой информации.

Современные тенденции развития печатных, аудиовизуальных и сетевых СМИ. Изменение методов сбора информации, модификация жанровой структуры. Перспективы развития СМИ. Дальнейшее развитие технологий мультимедиа.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Проведение практических занятий по дисциплине «Основы журналистики» ставит своей целью научить студента практическим методам и приемам работы в редакционном коллективе. На них анализируется специфика деятельности ведущих государственных СМИ Беларуси. Много времени отводится на деловые игры. Моделируются различные ситуации, возникающие в творческой деятельности журналиста. Промежуточный контроль знаний осуществляется с помощью тестирования.

Довольно значимое место в ходе изучения дисциплины «Основы журналистики» занимает работа студентов в Интернет-классе. Студенты посещают сайты ведущих печатных, аудиовизуальных и Интернет-СМИ Беларуси, информационных агентств и пресс-центров, а также различные информационные ресурсы по журналистике.

После завершения занятий каждый студент получает в электронном виде конспект лекций по дисциплине, компьютерные презентации, а также рекомендации по подготовке к экзамену.

Подготовка рефератов:

1. Работа со словарями, справочниками, энциклопедиями: сбор и анализ интерпретаций одного из журналистских терминов с результирующим выбором и изложением актуального значения;
2. Подбор материалом по теме «СМИ о СМИ» с заключающими выводами, основанными на принятой студентом точке зрения по результатам изучения соответствующих тем курса;
3. Сравнительно-аналитическое изложение одного из концептуальных положений законодательных актов, касающихся СМИ.

Примерные вопросы к экзамену (часть 1)

1. Журналистика в системе социальных институтов.
2. Гласность в журналистике.
3. Типы и методологические основы журналистской деятельности.
4. Журналистское расследование.
5. Статус журналистики и журналиста.
6. Интернет как новое коммуникативное поле СМИ.
7. Газета в системе СМИ.
8. Принципы журналистики.
9. Региональная и межрегиональная пресса Беларуси.
10. Журналы в системе СМИ.
11. Информационные агентства в системе СМИ.
12. Профессиональные качества журналиста.
13. Журналистика как информационная деятельность.
14. Журналистская этика.
15. Формирование общественно-политической позиции журналиста.
16. Книгоиздательское дело в деятельности СМИ.
17. СМИ как “четвертая власть”. Достижение информационной безопасности.

18. Освещение проблем сельского хозяйства в СМИ.
19. Освещение проблематики патриотического воспитания на страницах белорусской прессы.
20. Белорусский союз журналистов. Основные направления деятельности.
21. Методика сбора материалов.
22. Журналистика — трибуна общественного мнения.
23. Агитационная и пропагандистская функции журналистики.
24. Сенсации и слухи в журналистике.
25. Развитие информационных жанров в современных СМИ.
26. Культурно-рекреативная функция журналистики.
27. Издатель и газета.
28. Эмоционально-образный потенциал газетного выступления.
29. Типология и структура периодической печати.
30. Человек труда на страницах региональной прессы.
31. Телевидение в системе СМИ.
32. Социологические исследования в журналистике (опрос, анкетирование, контент-анализ).
33. Взаимодействие государственной и негосударственной прессы.
34. СМИ Беларуси на современном этапе: актуальные проблемы и тенденции развития.
35. Публицистика и публицист.
36. Оформление номера молодежной газеты: система иллюстрирования, заголовки.
37. Функции журналистики. Организационная деятельность газеты. Реклама в газете.
38. Закон Республики Беларусь “О средствах массовой информации”.
39. Массовая работа редакции газеты: организация и проведение рейдов, смотров, “круглых столов”, конференций читателей.
40. Действенность и эффективность журналистики и пути их повышения.
41. Критико-библиографическая работа в СМИ Беларуси.
42. Свобода печати в журналистике.
43. Возникновение журналистики.
44. Управление журналистикой.
45. Опыт первых социологических исследований книги.
46. Журналист в условиях рынка.
47. Правовое поле журналистики.
48. Журналистика на современном этапе: поиски, перспективы.
49. Радио в системе СМИ.
50. Молодежная газета как фактор формирования важнейших жизненных принципов.
51. Историческая проблематика в СМИ.
52. Народное творчество и печать.
53. Национальная книжная палата Беларуси: основные направления деятельности.

54. Критика и самокритика как фактор повышения действенности печатного слова.
55. Самомаркетинг как условие становления журналиста.

Примерные вопросы к экзамену (часть 2)

1. Общая характеристика современной системы СМИ Республики Беларусь.
2. Ведущие общественно-политические издания Республики Беларусь. Информационно-аналитические теле- и радиoprogramмы
3. Виды и принципы деятельности журналиста в СМИ
4. Понятие редакции СМИ, ее структура, цели, задачи и направления деятельности. Кадровая политика редакции.
5. Порядок учреждения и регистрации СМИ. Устав редакции и его специфика
6. Руководство редакцией. Главный редактор, его заместители
7. Редакционная коллегия. Планерки и летучки
8. Секретариат редакции газеты. Программная дирекция радио и телевидения
9. Основные виды творческих отделов СМИ и специфика их работы.
10. Заведующий отделом редакции и его полномочия
11. Творческий персонал редакции. Корреспондент. Спецкор, собкор. Обозреватель
12. Технический, коммерческий и вспомогательный персонал редакций печатных и аудиовизуальных СМИ
13. Поиск темы и ее разработка. Источники информации в работе современного журналиста
14. Подготовка и выпуск номера газеты. Процесс создания информационного сюжета.
15. Реагирование на критические выступления в государственных СМИ
16. Законодательное регулирование системы СМИ Республики Беларусь
17. Права и обязанности журналиста
18. Право на получение информации. Порядок запроса информации. Проблема доступа к информации
19. Право на опровержение и ответ. Порядок опровержения
20. Маркетинговые стратегии современных СМИ
21. Письма читателей на страницах СМИ. Организация работы отдела писем
22. Обратная связь редакции с аудиторией. Ее виды и формы.
23. Журналист в командировке
24. Бизнес-план и бюджет редакции. Статьи доходов и расходов
25. Рекламный отдел в СМИ. Рекламные агентства
26. Основные типы рекламных объявлений. Требования к рекламе
27. Прайс-лист и его структура. Скидки и наценки. Порядок оформления заказа на рекламу
28. Пресс-центры Республики Беларусь и специфика их деятельности

29. Пресс-конференция, брифинг и другие мероприятия с участием журналистов
30. Пресс-службы и службы по связям с общественностью в системе информирования. Порядок аккредитации
31. Пресс-релиз и другие информационные продукты пресс-службы
32. Перспективное планирование работы редакции. Планирование текущего номера газеты (выпуска теле- и радиопередачи)
33. Планирование работы журналиста. Индивидуальный творческий план
34. Популярные белорусские журналисты: ориентиры творческого поиска
35. Интернет в работе журналиста. Информационные технологии в редакционной деятельности
36. Журналистские ресурсы Интернета
37. Свойства Интернет-журналистики
38. Традиционные СМИ в Интернете
39. Он-лайновая пресса Республики Беларусь
40. Организация выпуска Интернет-газеты
41. Основные темы белорусских печатных, аудиовизуальных, Интернет-СМИ
42. Социально-экономическая политика Республики Беларусь и ее отражение в СМИ
43. Последние события в стране и мире на страницах СМИ
44. Творческие журналистские конкурсы в Беларуси
45. Проблемы современной журналистики, пути их решения
46. Перспективы и тенденции развития журналистики в XXI веке

Примерные темы курсовых работ

1. Язык и стиль районной газеты.
2. Газета для деловых людей.
3. Особенности оформления многополосных газет: сравнительный анализ.
4. Районная газета, ее особенности, место и роль в системе СМИ.
5. Журналистика как фактор развития общественного сознания.
6. Репортаж в современной печати.
7. Журналист берет интервью: современные аспекты жанра и метода.
8. Спортивная проблематика в прессе.
9. Морально-этическая проблематика на страницах молодежных газет.
10. Газета как тип издания.
11. Приоритетная проблематика на страницах региональной прессы.
12. Белорусские издания для женщин.
13. Освещение здорового образа жизни в белорусской печати.
14. Источники информации в работе современного журналиста.
15. Студенческие СМИ в Республике Беларусь.
16. Освещение экологических проблем на страницах специальных из-

даний.

17. Журналистские организации Беларуси.
18. Информационные агентства Республики Беларусь.
19. Корпоративные издания: содержание, оформление.
20. Свобода печати и обязанности журналиста.
21. Детская печать Беларуси.
22. Публицистика и публицист.
23. Эмоционально-образный потенциал молодежного издания.
24. Журналистское расследование.
25. Массовая работа в прессе.
26. Руководство журналистикой.
27. Печать в системе социальных институтов.
28. Авторское «Я» в публицистических материалах разных жанров.
29. Сенсация и слухи в прессе.
30. История становления издательского дела в Беларуси.
31. Издательское дело на современном этапе.
32. Местная печать: проблемы выживания и дальнейшего развития.
33. Неофициальная пресса в информационном пространстве Беларуси.
34. Региональная печать Беларуси: состояние и проблемы.
35. Герои газетных публикаций.
36. Особенности оформления молодежных изданий.
37. Действенность и эффективность газетного выступления и пути их повышения.
38. Первые исследователи книги.
39. Национальная книжная палата Республики Беларусь.
40. Народное творчество и печать.
41. Имя в газете: пути достижения популярности в журналистике.
42. Вопросы военно-патриотического воспитания на страницах молодежных изданий.
43. Вопросы трудового воспитания в прессе Беларуси.
44. Место и роль местной печати в освещении жизни региона.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Ворошилов В. В. Журналистика. СП-б., 2006.
2. Ворошилов В. В. Техника и технология СМИ. СП-б., 2000.
3. Газета + радио. В помощь редакторам региональных СМИ / В. В. Русакевич, Л. С. Ананич, В. П. Воробьев и др. Мн., 2004.
4. Грабельников А. А. Работа журналиста в прессе. М., 2004.
5. Градюшко А. А. Основы журналистики. Организация работы редакции СМИ. Мн., 2005.
6. Градюшко А. А. Сетевая пресса в системе СМИ. Мн., 2005.
7. Градюшко А. А. Студенческая печать: проблематика, дизайн, язык и стиль: сб. статей / А. А. Градюшко, В. И. Ивченков, А. К. Свороб; под ред. А. А. Градюшко Мн., 2008.
8. Гуревич С. М. Газета вчера, сегодня, завтра. М., 2004.
9. Гуревич С. М. Газета и рынок: как добиться успеха. М., 1998.
10. Гуревич С. М. Номер газеты. М., 2002.
11. Дапаможнік для журналістаў Цэнтральнай і Усходняй Еўропы / Пер. з англ. Мн., 1995.
12. Дубовік С. В. Даведнік журналіста. Мн., 2006.
13. Дубовік С. В. СМІ постсацыялістычнай Беларусі: пошук новай рацыянальнасці. Мн., 2003
14. Законодательство Республики Беларусь о средствах массовой информации / Сост. Н. Н. Довнар Мн., 1998.
15. Информационный ресурс Беларуси / В. В. Русакевич, Л. С. Ананич, В. П. Воробьев. Мн., 2004.
16. Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика. М., 2005.
17. Касько У. К. Кнігазнаўства. Канспект лекцый. Мн; 2004.
18. Кийт М. Радиостанция / Пер. с англ. А. И. Филенкина. М., 2001.
19. Корконосенко С. Г. Основы журналистики. М., 2002.
20. Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2004.
21. Назайкин А. Н. Рекламная служба газеты. Структура. Принципы. Функции. М., 1996.
22. Радиожурналистика / Под ред. А. А. Шереля. М., 2002.
23. Рэндалл Д. Универсальный журналист. СП-б, 1999.
24. Стральцоў Б. В. Метад і жанр. Асновы творчага майстэрства журналіста. Мн., 2002.
25. Стральцоў Б. В. Публіцыстыка. Жанры. Майстэрства. Мн., 1977.
26. Телевизионная журналистика / Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский М., 1998.

Дополнительная

1. Аграновский В. А. Вторая древнейшая. Беседы о журналистике. М., 1999.
2. Аграновский В. А. Ради единого слова. Журналист о журналистике. М., 1978.

3. Балаш А. В. Техника оформления газетной полосы. Мн., 1977.
4. Баўмайстэр Э, Майлз Ф. Як скласці бізнес-план газеты ў Беларусі. Мн., 1999.
5. Белякова Л. П. Мир газетного образа. Мн., 2003.
6. Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR. М., 2001.
7. Брайант Д. Основы воздействия СМИ. М., 2004.
8. Васильева Л. А. Делаем новости. М., 2003.
9. Вашкевич В. Р., Шибут И. П. Новейшие коммуникационные технологии. Мн., 2004.
10. Воробьев В. П., Дмитриев Е. И. Информационное поле Беларуси: социально-политический анализ. Мн., 2003.
11. Воробьев В. П., Потребин А. В. Газета и экономические приоритеты аудиторрии. Мн., 2003.
12. Ворошилов В. В. Журналистика и бизнес: реклама и паблик рилейшнз в структуре массовой информации. СПб., 1993.
13. Ворошилов В. В. Менеджмент средств массовой информации. СПб, 2000.
14. Ворошилов В. В. Право и этика в журналистике. СПб., 2004.
15. Ворошилов В. В. Экономика журналистики. СПб, 2000.
16. Грабельников А. А. Процесс выпуска номера газеты. М., 1985.
17. Грабельников А. А. Редакционный коллектив: прошлое, настоящее, будущее М., 1990.
18. Грабельников А. А. Системные характеристики редакционного коллектива. М., 1988.
19. Грабельников А. А. Средства массовой информации постсоветской России. М., 1996.
20. Гуревич С. М. Основы редакционного менеджмента. М., 1994.
21. Дубовик В. И. Основы журналистики. Мн., 2005.
22. Дубовік С. В. Сацыяльны патэнцыял беларускай перыёдыкі. Мн., 2000.
23. Дэннис Э., Мэррилл Д. Беседы о масс-медиа. М., 1997.
24. Засурский Я. Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1990-2004. М., 2004.
25. Засурский И. И. Масс-медиа второй республики. М., 1999.
26. Иваницкий В. С. Бизнес-план редакции. Методические рекомендации по составлению и реализации. М. 1999.
27. Квалификационный справочник. Должности служащих работников периодической печати. Мн., 2001.
28. Кемарская И. Н. Телевизионный редактор. М., 2004.
29. Ким М. Н. Журналистика. Методология профессионального творчества. С-Пб, 2004.
30. Ким М. Н. Технология создания журналистского произведения. С-Пб, 2001.
31. Кирсанов Д. С. Веб-дизайн. С-Пб, 2001.
32. Кихтан В. В. Информационные технологии в журналистике. Ростов н/Д, 2004.
33. Коваль И. Н. и др. Правовые основы, бухгалтерский учет и нало-

- гообложение деятельности СМИ. Мн, 2001.
34. Конев Е. Ф. Международная журналистика. Введение в специальность. В 3 ч. Ч. 3. Мн., 2002.
 35. Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ. М., 2004.
 36. Кузнецов Г. В. ТВ-журналистика: критерии профессионализма. М., 2003.
 37. Ладутько В. Н. Основы фотожурналистики. Основные понятия. Жанры и образность фотографии. Мн., 2000.
 38. Мастерство эфирного выступления. / Б. Д. Гаймакова и др. М., 2004.
 39. Мельник Г. С. Общение в журналистике. Секреты мастерства. С-Пб, 2005.
 40. Мельник Г. С., Тепляшина А. Н. Основы творческой деятельности журналиста. С-Пб, 2004.
 41. Назайкин А. Н. Практика рекламного текста. М., 2003.
 42. Назайкин А. Н. Рубричная реклама: практическое пособие. М., 2003.
 43. Накорякова К. М. Литературное редактирование: общая методика работы над текстом. М., 2004.
 44. Ныркова Л. М. Как делается газета. М., 1998.
 45. Олешко В. Ф. Журналистика как творчество. М., 2003.
 46. Орлова Т. Д. Введение в журналистику. Организация работы редакции газеты. Мн., 1989.
 47. Порядок регистрации средств массовой информации / сост. Н. Н. Довнар. Мн., 1999.
 48. Потребин А. В. Экономика и менеджмент СМИ. Мн., 2005.
 49. Саруханов В. А. Азбука телевидения. М., 2003.
 50. Саченко И. И. Международная журналистика. Введение в специальность. В 3 ч. Ч. 1. Мн., 1999.
 51. Саченко И. И., Конев Е. Ф. Международная журналистика. Введение в специальность. В 3 ч. Ч. 2. Мн., 2001.
 52. Свитич Л. Г. Профессия – журналист. М., 2003.
 53. Свораб А. К. Техника газетной каретки. Мн., 1994.
 54. Система средств массовой информации России / Под ред. Я. Н. Засурского. М., 2001.
 55. Скотт Э. Компьютерные технологии в журналистике. М., 1998.
 56. Средства массовой информации постсоветской России / Под ред. Я. Н. Засурского. М., 2002.
 57. Старобинский Э. Е. Самоучитель по рекламе. М., 1996.
 58. Тертычный А. А. Расследовательская журналистика. М., 2002.
 59. Фихтелиус Э. Десять заповедей журналистики / Перевод со швед. В. Менжун. Стокгольм, 1999.
 60. Шейн В. Н. Информационные и аналитические жанры радиожурналистики. Мн., 2003.