

Министерство культуры Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ»**



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Е. В. САЗОНОВА
ректор

Сертификат: 00eec2e5b252a0885bc682f9fa99feef8b

Основание: УТВЕРЖДАЮ

Дата утверждения: 19 июня 2024 г.

Рабочая программа дисциплины

«Манипулятивные технологии на телевидении»

Наименование ОПОП: Телевизионное производство и вещание

Направление подготовки: 42.03.04 Телевидение

Форма обучения: очная

Факультет: медиатехнологий

Кафедра: медиакommunikационных технологий

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 академ. час. / 3 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 34,4 час.

самостоятельная работа: 73,6 час.

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
выполнение тестового задания	8
выступление на научной конференции по теме дисциплины	8
выступление с докладом	8
подготовка научной или творческой работы по теме дисциплины	8
посещение занятий (лекционных и практических)	8
участие в опросе на практическом занятии	8
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет с оценкой	8

Рабочая программа дисциплины «Манипулятивные технологии на телевидении» составлена:

— в соответствии с требованиями Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования — Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.04 Телевидение (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 526)

— на основании учебного плана и карты компетенций основной профессиональной образовательной программы «Телевизионное производство и вещание» по направлению подготовки 42.03.04 Телевидение

Составитель(и):

Байкова И. А., доцент кафедры медиакоммуникационных технологий, канд. полит. наук

Рецензент(ы):

Алексеева Т. В., доцент, канд. пед. наук

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры медиакоммуникационных технологий

Рабочая программа дисциплины одобрена Советом факультета медиатехнологий

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

П.П. Иванцов

Начальник УМУ

С.Л. Филипенкова

УКАЗАННАЯ ЛИТЕРАТУРА ИМЕЕТСЯ В НАЛИЧИИ В БИБЛИОТЕКЕ ИНСТИТУТА ИЛИ ЭБС

Заведующий библиотекой Н.Н. Никитина

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель(и) дисциплины:

формирование знаний о природе, сущности манипуляции, умений и навыков применения технологий манипулирования общественным сознанием на телевидении.

Задачи дисциплины:

1. Формирование знаний о структуре, свойствах, основных функциях общественного мнения и общественного сознания;
2. Изучение основных манипулятивных приемов и технологий формирования общественного мнения современными СМК и СМИ;
3. Приобретение умений распознавания основных целей, приемов и способов манипулирования общественным мнением;
4. Изучение методов защиты от телевизионного манипулирования.

1.2. Место и роль дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина основывается на знаниях и умениях, приобретенных в ходе изучения предшествующих дисциплин/прохождения практик и взаимосвязана с параллельно изучаемыми дисциплинами:

Режиссура монтажа

Реклама на телевидении

Профессионально-творческая практика

Теория и практика современной телевизионной журналистики

Массовая культура и массовые коммуникации

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее для дисциплин и/или практик:
нет последующих дисциплин

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Общепрофессиональные компетенции

ОПК-4 — Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

ОПК-4.2 — Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании телевизионных и мультимедийных продуктов.

Знает: характеристики массовой аудитории и общественного сознания как мишени манипулятивных технологий на телевидении;

основные технологии и инструменты манипулирования общественным мнением.

Умеет: распознавать основные приемы и способы манипулирования общественным мнением на телевидении;

влиять на формирование общественного мнения с помощью телевизионного продукта.

Владеет: навыками анализа телевизионного продукта на предмет использования в них технологий манипулирования аудиторией.

ОПК-7 — Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

ОПК-7.1 — Осуществляет свою профессиональную деятельность руководствуясь принципами социальной ответственности, учитывает возможные результаты и

последствия своей работы.

Знает: возможные результаты своей работы при осуществлении манипуляционного воздействия на аудиторию.

Умеет: учитывать принципы социальной ответственности при реализации механизмов манипулятивного воздействия.

Владеет: основными приемами манипуляции сознанием на телевидении, учитывая возможные последствия своей работы.

2. СТРУКТУРА, ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В КОМПЕТЕНТНОСТНОМ ФОРМАТЕ

2.1. Структура и трудоемкость учебной дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 академ. час. / 3 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 34,4 час.

самостоятельная работа: 73,6 час.

Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет с оценкой	8

Распределение трудоемкости по периодам обучения:

Семестр	8	Итого
Лекции	16	16
Практические	16	16
Консультации	2	2
Самостоятельная работа	65	65
Самостоятельная работа во время сессии	8,6	8,6
Итого	107,6	107,6

2.2. Содержание учебной дисциплины

Тема 1. Общественное мнение и общественное сознание как мишени манипулятивных технологий.

Понятие «объекта общественного мнения» и «субъекта общественного мнения». Критерии общественного мнения. Соотношение понятий «общественное мнение», «общественное сознание», «массовое сознание». Структура общественного сознания. Уровни и формы общественного сознания. Структура общественного мнения.

Тема 2. Манипуляция и психологические аспекты информационных процессов субъекта в ходе массовой коммуникации.

Подходы к пониманию феномена манипуляции. Объекты манипулятивного воздействия. Психические познавательные процессы, на которые направлена манипуляция: внимание, восприятие, память, мышление, понимание, воображение. Специфика манипулятивного воздействия. Механизмы, реализующие его воздействие.

Тема 3. Психологический анализ сообщений массмедиа.

Сообщение как структурный элемент массовой коммуникации. Понятия: сообщение, медиа-сообщение, текст, медиатекст, гипертекст.

Новости как предмет массмедиа-общения. Признаки значимого события. Псевдособытие.

Типология новостей.

Тема 4. Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации.

Структура и функции коммуникатора в массовой коммуникации. Психологические особенности личности коммуникатора как субъекта профессиональной медиакоммуникативной деятельности. Образ коммуникатора его характеристики. Специфика общения медиакоммуникатора с аудиторией. Типы общения коммуникатора с аудиторией. Социально-психологические модели коммуникатора.

Тема 5. Механизмы, методы и эффекты воздействия в массовых коммуникациях.

Теоретические подходы к изучению эффектов массовых коммуникаций: модель «неограниченных эффектов», концепции ограниченного воздействия, признание умеренного и сильного воздействия СМК, исследования эпохи агрессивного воздействия массмедиа на аудиторию. Манипулятивный характер СМИ и параметры информационно-психологического воздействия. Методы психологического воздействия в массовых коммуникациях.

Тема 6. Манипуляция сознанием на телевидении.

Особенности телевизионной коммуникации. Специфика и свойства телевидения. Эффект присутствия, эффект доверительности, эффект диалогичности. Манипулятивный характер телевидения. Основные телевизионные приёмы манипуляции сознанием на телевидении.

3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЧАСОВ ПО ТЕМАМ И ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

№ п/п	Наименование раздела, (отдельной темы)	Лекции	Лекции с использованием ДОТ	Лабораторные работы	Практические занятия	Практические с использованием ДОТ	Индивидуальные занятия	Итого
1	Общественное мнение и общественное сознание как мишени манипулятивных технологий.	2	0	0	2	0	0	4
2	Манипуляция и психологические аспекты информационных процессов субъекта в ходе массовой коммуникации.	4	0	0	4	0	0	8
3	Психологический анализ сообщений массмедиа.	2	0	0	2	0	0	4
4	Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации.	2	0	0	2	0	0	4
5	Механизмы, методы и эффекты воздействия в массовых коммуникациях.	2	0	0	2	0	0	4
6	Манипуляция сознанием на телевидении.	4	0	0	4	0	0	8
	ВСЕГО	16	0	0	16	0	0	32

4. ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

Лабораторные занятия по дисциплине «Манипулятивные технологии на телевидении» в соответствии с учебным планом не предусмотрены.

5. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ)

№ п/п	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1	Тема: «Общественное мнение и общественное сознание как мишени манипулятивных технологий.».	2
2	Тема: «Манипуляция и психологические аспекты информационных процессов субъекта в ходе массовой коммуникации. ».	4
3	Тема: «Психологический анализ сообщений массмедиа.».	2
4	Тема: «Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации. ».	2
5	Тема: «Механизмы, методы и эффекты воздействия в массовых коммуникациях. ».	2
6	Тема: « Манипуляция сознанием на телевидении.».	4

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации с использованием балльно-рейтинговой системы.

Оценочные средства в полном объеме представлены в Фонде оценочных средств по дисциплине «Манипулятивные технологии на телевидении».

Предусмотрены следующие формы и процедуры текущего контроля и промежуточной аттестации:

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
выполнение тестового задания	8
выступление на научной конференции по теме дисциплины	8
выступление с докладом	8
подготовка научной или творческой работы по теме дисциплины	8
посещение занятий (лекционных и практических)	8
участие в опросе на практическом занятии	8
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет с оценкой	8

6.1. Оценочные средства для входного контроля (при наличии)

6.2. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Темы докладов:

1. Понятие объекта общественного мнения. Критерии выделения объектов общественного мнения. Различные типы классификаций объектов общественного мнения.
2. Концепции Г. Гарда и Г. Лебона о субъектах общественного мнения (масса, толпа, публика).
3. Теории коллективного поведения (теория заражения, теория конвергенции, теория возникновения норм, теория прирастающей ценности, теория политического протеста).
4. Общественное мнение и формы общественного сознания.
5. «Социальное настроение». Рассмотрите индекс социального настроения (или индекс счастья) на сайтах социологических компаний.
6. Интересы различных социальных общностей как основа проявления общественного мнения.
7. Миф как средство управления и манипуляции.
8. Формирование стереотипов с помощью СМИ.
9. Убеждающее и внушающее воздействие: принципы, приемы формирования, основные характеристики.
10. Основные принципы, формы и методы использования слухов.
11. Влияние лидеров общественного мнения и групп особых интересов.
12. Приемы и технологии манипулирования в Интернете.
13. Манипулятивные технологии в телерекламе.
14. Механизмы манипулирования сознанием масс и типами поведения в рекламной практике.
15. Характеристики и трансформации «Образа Я» пользователя Сети в виртуальном пространстве.
16. Психологические проблемы девиантного поведения в Сети.

17. Психологические проблемы геймеров. Понятие зависимости от интернета (интернет-аддикции).
18. Влияние коммуникации в «новых медиа» на развитие познавательных способностей человека.
19. «Деконструкция медиасообщения».
20. Приёмы интертекстуальности в СМИ.
21. «Харизматическую» модель коммуникатора Дж. Голдбахера.
22. Механизмы, методы и эффекты воздействия в массовых коммуникациях: модель повестки дня, модель прайминга, модель фрейминга.
23. Подход «полезности и удовлетворения потребностей» с помощью СМИ.
24. Теория социального научения: концепции, исследования, подтверждающие данную теорию.
25. Использование спин-инструментов в массмедиа.
26. Принципы работы телеканала FOX с аудиторией, на примере сериала «Самый громкий голос».
27. Приемы психологического воздействия на зрителя в теле- видеорекламе.
28. Влияние телевидения на формирование общественного мнения и на судьбу одного человека в фильме «Безумный город».
29. Управление повесткой дня: проанализировать выпуски новостей нескольких телеканалов. Выделить общие темы и порядок их освещения.
30. На основе телепрограммы за неделю провести анализ контента 1-го канала, России-1, НТВ. Расскажите о политике вещания, которой придерживаются каналы.
31. Психологический профиль аудитории телеканалов.
32. Телевизионное программирование как манипуляция предпочтениями аудитории.
33. Ток-шоу и реалити-шоу: примеры манипулирования в передачах данных форматов.
34. Технологии VR, AR, Deep face в телевидении. Какие возможности для манипуляции?
35. Управление общественным мнением в фильме «Хвост виляет собакой». Какие приёмы? Роль телевидения в этой истории.
36. Правила нейтрализации манипуляций.
37. Технология 25-ого кадра как средство манипулирования потребителями.
38. ТВ-технологии манипулирования электоратом.
39. Психологическая типология текстов СМИ.
40. Сенсорные системы восприятия.
41. Массовое сознание. Понятие. Характеристика.
42. Общие черты массовой психологии по Фрейдю.
43. Гендерные стереотипы современной телевизионной коммуникации.
44. Использование инфотейнмента в информационном вещании.
45. Манипулятивные технологии в выбранной ТВ-передаче.
46. Анализ манипулятивных приёмов в выбранной телепередаче.
47. Разбор имиджа телеведущего. Что играет на привлечение внимания аудитории к данной медиаперсоне?
48. Анализ гендерных стереотипов в телевизионной рекламе.
49. Анализ этнических стереотипов в телепередачах, ТВ-рекламе.
50. Анализ трансформаций стереотипов в ремейках фильмов.

Вопросы для опроса:

Тема 1. Общественное мнение и общественное сознание как мишени манипулятивных технологий.

1. Что такое общественное мнение, общественное сознание?
2. Что такое субъект и объект общественного мнения?
3. Перечислите критерии, которым должен соответствовать объект общественного мнения.
4. Назовите уровни общественного сознания.

5. Бессознательное в восприятии информации.

Тема 2. Манипуляция и психологические аспекты информационных процессов субъекта в ходе массовой коммуникации.

1. Манипуляция в массовых коммуникациях.
2. Манипулятивные технологии в арсенале современных СМИ.
3. Что такое стратегия и тактика манипулирования?
4. В чем состоит специфика приемов манипулирования?
5. Манипулятивное воздействие на аудиторию.

Тема 3. Психологический анализ сообщений массмедиа.

1. Что такое «сообщение», как структурный элемент массовой коммуникации?
2. Дайте характеристику понятиям: сообщение, медиа-сообщение, текст, медиатекст, гипертекст.
3. Что такое «новости» как предмет массмедиа-сообщения?
4. Назовите признаки значимого события.
5. Что такое «псевдособытие»?
6. Назовите виды новостей.

Тема 4. Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации.

1. Каковы структура и функции коммуникатора в массовой коммуникации?
2. Перечислите психологические особенности личности коммуникатора как субъекта профессиональной медиакоммуникативной деятельности.
3. Что такое «образ коммуникатора» и каковы его характеристики?
4. В чём заключается специфика общения медиакоммуникатора с аудиторией?
5. Назовите типы общения коммуникатора с аудиторией.
6. Перечислите социально-психологические модели коммуникатора.

Тема 5. Механизмы, методы и эффекты воздействия в массовых коммуникациях.

1. Раскройте суть модели «неограниченных эффектов» влияния.
2. Расскажите о концепции ограниченного воздействия.
3. Что представляет собой концепция «признания умеренного и сильного воздействия СМК»?
4. Какие исследования эпохи агрессивного воздействия массмедиа на аудиторию проводились? Что они показали?
5. В чём заключается манипулятивный характер СМИ?
6. Перечислите параметры информационно-психологического воздействия.
7. Назовите наиболее популярные методы психологического воздействия в массовых коммуникациях.

Тема 6. Манипуляция сознанием на телевидении.

1. Расскажите о специфике и свойствах телевидения.
2. Что такое: эффект присутствия, эффект доверительности, эффект диалогичности?
3. В чем состоят особенности телевизионной коммуникации?
4. В чём заключается манипулятивный характер телевидения?
5. Назовите основные телевизионные приёмы манипуляции сознанием на телевидении.
6. Анализ манипулятивных технологий на телевидении на примере одной выбранной телепередачи.
7. Анализ психовоздействия телевизионной рекламы на адресата.
8. Какие есть особенности создания телевизионных рекламных роликов и обоснование применяемых психотехник?

Примеры тестовых заданий для контроля знаний:

1. Что это: система духовных (рационально-логических, эмоциональных, иррациональных) способов отношения людей к миру и к себе, возникающую в процессе жизнедеятельности различных типов и видов социальных общностей и «обслуживающую» эту жизнедеятельность:
а) общественное сознание;

б) общественное мнение;

2. Что это: специфическое проявление общественного сознания, выражающееся в оценках (как в устной, так и в письменной форме) и характеризующее явное (или скрытое) отношение больших социальных групп (большинства народа) к актуальным проблемам действительности, представляющим общественный интерес:

а) массовое сознание;

б) общественное сознание;

в) общественное мнение;

3. В общественном мнении могут отражаться все уровни общественного сознания:

а) да;

б) нет;

4. Объектом общественного мнения являются:

а) любая проблема, затрагивающая интересы личности;

б) явления, которые информационно доступно субъекту;

в) явление, событие, факт, которые допускают многозначность толкования;

г) явление, представляющее актуализированный общественный интерес;

5. Основным фактором формирования общественного мнения является:

а) уровень образованности населения;

б) политическое и экономическое состояние в обществе;

в) уровень культурного развития;

г) общественный интерес;

6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Теоретические вопросы для подготовки к зачету с оценкой:

1. Соотношение понятий «общественное сознание», «массовое сознание» и «общественное мнение».

2. Структура общественного сознания. Формы и уровни общественного сознания.

3. Объект общественного мнения.

4. Субъект общественного мнения. Типология субъектов общественного мнения.

5. Структура общественного мнения.

6. Подходы к пониманию феномена манипуляции.

7. Понятие стратегии, тактики и приема манипулирования.

8. Специфика манипулятивного воздействия в масс-медиа.

9. Механизмы, реализующие манипулятивное воздействие.

10. Манипулятивный характер СМИ и параметры информационно-психологического воздействия.

11. Методы воздействия на аудиторию с помощью СМИ.

12. Формирование стереотипов, имиджей и мифов в процессе массовых коммуникаций. 13.

Информация как инструмент информационно-психологического воздействия.

14. Информационная война как медиатехнология формирования общественного мнения.

15. Зарубежный опыт манипулирования общественным мнением с помощью СМИ.

16. Психология больших социальных общностей.

17. Социально-психологические особенности различных групп аудитории и методы их изучения.

18. Построение психологического профиля желаемого зрителя.

19. Фрагментарность (дробление) информации, приём «спираль молчания», приём фабрикации фактов, приём дезинформации.

20. Приём замалчивания важной информации и выпячивания малозначительной (принцип демократии шума). Приём «непривлекательного ракурса» или «рыбий глаз». Расположение

сюжета в блоке информационных сообщений.

21. Пропаганда в контексте современных коммуникаций.

22. Предпосылки телевизионной политической пропаганды. Её функционирование в различных политических системах.

23. Пропаганда на телевидении: манипулятивные возможности и границы влияния. Телевизионная политическая пропаганда в программах различных форматов и межпрограммном пространстве.

24. Телевизионные приемы реализации пропагандистских целей.

25. Механизмы манипулирования сознанием масс и типами поведения в рекламной практике.

26. Анализ психовоздействия рекламы на адресата.

27. Создание телевизионных роликов и обоснование применяемых психотехник.

Примеры практических заданий к зачету с оценкой:

Задание 1. Составить текст выступления лидера общественного мнения на телевидении, используя манипулятивные технологии (приёмы «сияющего обобщения», «навешивания ярлыков», приём размывание понятий, тактику ложных ассоциаций, анализ – минус», «обличение», «обращение к анонимному авторитету», «самопрезентация» и т.д.). Продумать визуальное оформление выступающего и задний план.

Задание 2. Для осмысления проблем манипуляции общественным сознанием важно понять основные личностные характеристики лиц, склонных к осуществлению манипулятивной деятельности.

В связи с этим составить портрет «манипулятора». В продолжение этой темы выбрать человека из числа российских политиков, общественных деятелей настоящего или прошлого, который мог бы быть охарактеризован как манипулятор. Выявить наличие у него манипулятивных склонностей (доказывается на основании биографических данных, его высказываний, конкретных поступков).

6.4. Балльно-рейтинговая система

Оценка успеваемости с применением балльно-рейтинговой системы заключается в накоплении обучающимися баллов за активное, своевременное и качественное участие в определенных видах учебной деятельности и выполнение учебных заданий в ходе освоения дисциплины.

Конкретные виды оцениваемой деятельности	Количество баллов за 1 факт (точку) контроля	Количество фактов (точек) контроля	Баллы (максимум)
Обязательная аудиторная работа			
Выступление с докладом	12	2	24
Посещение занятий (лекционных и практических)	1	16	16
Участие в опросе на практическом занятии	1	20	20
Обязательная самостоятельная работа			
Выполнение тестового задания	10	1	10
Дополнительная аудиторная и самостоятельная работа (премиальные баллы)			
Подготовка научной или творческой работы по теме дисциплины	10	1	10
Выступление на научной конференции по теме дисциплины	10	1	10
ИТОГО в рамках текущего контроля	70 баллов		
ИТОГО в рамках промежуточной аттестации	30 баллов		
ВСЕГО по дисциплине за семестр	100 баллов		

Итоговая оценка по дисциплине выставляется на основе накопленных баллов в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с таблицей:

Система оценивания результатов обучения по дисциплине

Шкала по БРС	Отметка о зачете	Оценка за экзамен, зачет с оценкой
85 – 100	зачтено	отлично
70 – 84		хорошо
56 – 69		удовлетворительно
0 – 55	не зачтено	неудовлетворительно

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

7.1. Литература

1. Психология и этика делового общения [Текст] : учебник для вузов / В. Ю. Дорошенко [и др.] ; ред. В. Н. Лавриненко. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 415 с. - (Золотой фонд российских учебников). - Библиогр.: с. 409.
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>
2. Щербина, Владимир Ильич. Основы современного телерадиовещания. Техника, технология и экономика вещательных компаний [Текст] : справочное издание / В. И. Щербина. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Горячая линия-Телеком, 2014. - 224 с.
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>
3. Телевидение [Текст] : учебник для вузов: рекомендовано Мин.образования / В. Е. Джакония [и др.] ; ред. В. Е. Джакония. - 3-е изд. перераб. и доп. - М. : Радио и связь, 2004. - 616 с.
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>

7.2. Интернет-ресурсы

1. Полпред. Справочники. Полнотекстовые статьи информагентств и деловой информации и прессы Polpred.com
2. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
<http://window.edu.ru/>

7.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Microsoft Windows

Microsoft Office

7.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронный каталог библиотеки СПбГИКиТ. <https://www.gukit.ru/lib/catalog>

7.5. Материально-техническое обеспечение

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебная аудитория	Рабочее место преподавателя, оборудованное компьютером и мультимедийным проектором. Рабочие места обучающихся. Доска (интерактивная доска) и/или экран.
Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Рабочие места обучающихся оборудованные компьютерами с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду института.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний, умений и навыков, которыми надо будет овладеть по дисциплине, в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

- рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,
- порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;
- графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

- слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;
- ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;
- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;
- выполнять задания практических занятий полностью и в установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.