

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Максимов Алексей Борисович  
Должность: директор департамента по образовательной политике  
Дата подписания: 06.09.2025 16:55:18  
Уникальный программный ключ:  
8db180d1a3f02ac9460521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

---

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор Института  
издательского дела и журналистики



Е.Л. Хохлогорская

«30» августа 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Методика работы журналиста в деловых СМИ»**

Направление подготовки  
**42.03.02. «Журналистика»**

Профиль подготовки  
**«Деловая журналистика»**

Квалификация (степень) выпускника  
**Бакалавр**

Форма обучения  
**Очная**

**Москва - 2022**

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Настоящая рабочая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Рабочая программа предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, и студентов направления подготовки 42.03.02. «Журналистика», изучающих дисциплину «Методика работы журналиста в деловых СМИ».

**Цель** изучения дисциплины «Методика работы журналиста в деловых СМИ» – формирование способности применять современные коммуникативные технологии в освещении актуальных вопросов бизнеса, финансов и экономики.

К числу основных задач освоения дисциплины относятся:

1. Формирование знаний: особенности политических, экономических факторов и этических норм, регулирующих развитие деловых медиа на глобальном, национальном и региональном уровнях.
2. Освоение студентами современных коммуникативных технологий и основных методов оценки эффективности медиатекстов и медиапродуктов делового формата с учетом последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности.
3. Знакомство с законодательством Российской Федерации в области СМИ, стандартами и этическими принципами, регулирующими деловую коммуникацию.
4. Выработка у студентов навыков создания и редактирования текстов в сфере деловой журналистики.
5. Освоение студентами технологии создания медиатекстов, медиапродуктов, и коммуникационных продуктов с учетом прогнозирования возможных эффектов в деловом сегменте медиасферы.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП

Дисциплина «Методика работы журналиста в деловых СМИ» относится к числу дисциплин по выбору образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП:

- Медиакоммуникации в журналистике,
- Социология СМИ,
- Государственная экономическая политика и ее освещение в СМИ;
- Типология деловых СМИ,
- Корпоративные СМИ,
- Разработка и продвижение проектов экономической тематики,
- Профессионально-творческая практика;
- Преддипломная практика.

## 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<i>Коды</i>	<b>Результаты освоения ООП</b>	<b>Перечень планируемых результатов</b>
-------------	--------------------------------	---

<b>компетенции</b>	<b>Содержание компетенций*</b>	<b>обучения по дисциплине**</b>
ПК-2	Способен организовывать процесс создания журналистского текста и (или) продукта	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методику создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов;</li> <li>- критерии прогнозирования возможных эффектов в деловом сегменте медиасферы;</li> <li>- правые и этические нормы, регулирующие авторскую деятельность журналиста в сфере деловых медиа.</li> </ul> <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять технологии и основные методы оценки эффективности медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов на практике;</li> <li>- использовать социологические методы и экспертное мнение для осуществления прогноза в сфере СМИ</li> <li>- использовать российское законодательство и этические нормы профессиональной этики журналиста в сфере деловых СМИ;</li> </ul> <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками создания медиатекстов с учетом прогнозирования возможных эффектов в медиасфере и принципов социальной ответственности.</li> <li>- методами оценки эффективности медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов в сфере деловых СМИ;</li> <li>- способностью создавать медиатексты деловой тематики с учетом соблюдения правовых и этических регуляторов поведения журналиста.</li> </ul>

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, т.е. 72 академических часа.

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Курсовая работа	Форма итогового контроля
			Всего час./зач. ед	Аудиторных часов	Лекции	Семинарские (практические)	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)		
Очная	4	7	72/2	54	18	36	-	18	-	-	зачет

Очно-заочная	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Заочная	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	зачет

Для очной формы обучения:

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		-	7	-	-
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	54		54		
В том числе:					
Лекции	18		18		
Практические занятия (ПЗ)	-	-	-		
Семинары (С)	36		36		
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-		
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	18		18		
В том числе:					
Курсовой проект (работа)	-	-	-		
Расчетно-графические работы	-	-	-		
Реферат	-		-		
Эссе	8		8		
Контрольная работа	10		10		
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>	-	-			
Вид промежуточной аттестации ( <u>зачет</u> , экзамен)	-		-		
Общая трудоемкость час./ зач. ед	72/2		72/2		

## СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

### Тема 1. Источники информации в работе делового журналиста

Пресс-службы, информационные агентства, официальные сайты министерств, ведомств и предприятий, статистические отчеты, периодически публикуемые государственными организациями, справочники и статистические бюллетени; доклады и справки, разрабатываемые некоммерческими организациями, работающими в деловой тематике; монографии и доклады, публикуемые исследовательскими структурами; материалы диссертаций и иных научных работ по бизнес-тематике; материалы конференций и различных форумов, обсуждающих деловую тематику; материалы международных организаций, анализирующих те или иные аспекты российской экономики; представители власти, делающие те или иные заявления, имеющие значение для развития экономики; правоохранительные органы, расследующие те или иные преступления экономического характера; предпринимательские союзы и ассоциации, анализирующие те или иные аспекты деловой жизни страны и региона; суды общей юрисдикции и арбитражные; администрации различных уровней, принимающие решения по экономической повестке; публикации СМИ по экономической тематике, материалы экономического характера, опубликованные в сети Интернет; люди, обсуждающие те или

иные аспекты экономики; слухи, досье, ведущиеся в редакции по той или иной бизнес-проблематике, или личное досье журналиста.

## **Тема 2. Разновидности досье в работе журналиста**

Досье как помощник бизнес-журналиста. Досье – это систематизированное накопление разнородной информации по той или иной интересующей журналиста проблематике. Досье может быть как в «бумажном», так и в электронном формате или состоять из «традиционных» и из электронных материалов. Различают несколько видов досье: портретное, тематическое и проблемное. В портретном досье, речь идет о накоплении информации о том или ином субъекте бизнеса. Всевозможные факты, которые могут охарактеризовать его (их) как с морально-нравственной стороны, так и с точки зрения деловых качеств. Биографические данные, карьерная лестница, деловые и политические контакты, в том числе неформальные, слухи, подтвержденные и неподтвержденные данные о собственности и активах, задекларированных и не задекларированных (извлечение данных из налоговой декларации и иных регистрационных документов). Отзывы людей, хорошо знающих изучаемого как с хорошей, так и не с лучшей стороны. Справки о бизнес-партнерах и отношениях с ближайшими соратниками, взаимоотношениях с подчиненными, личная жизнь потенциального героя публикации.

Тематическое досье - это факты и документы по какой-то конкретной теме, по какому-то конкретному предприятию или группе предприятий. Цель накопления документов в такой папке — набрать аргументацию для изложения какой-либо авторской мысли. Тематическое досье комплектуется широким списком документов: документы налогового учета, и материалы различного рода проверок, и статистика, любые документы функционирования того или иного бизнеса. Оперативные материалы «силовики», их комментарии, материалы общественных организаций, различного рода экспертизы и отзывы специалистов. Журналистский материал и его отличие от следственного документа не несет жестких фактических доказательств. Проблемное досье формируется по какой-то более широкой проблеме (банковское кредитование, индивидуальное строительство и др.). Задача проблемного досье — накопить факты для последующей журналистской разработки многих тем. Если тематическое досье выполняет свою функцию и перестает пополняться после одной публикации, то проблемное ведется годами и пополняется непрерывно. Каналами получения информации являются PR-службы, которые информируют журналистов посредством организации презентаций и брифингов, пресс-конференций, пресс-релизов, специальных информационных бюллетеней, пресс-туров, предосмотров и др.

## **Тема 3. Основные документы и принципы работы с ними**

Текстовые документы — это различного рода законодательные и нормативные акты, внутренние и внешние документы, разрабатываемые на предприятиях, в учреждениях и организациях, неформальные (извлечение информации экономического характера, в том числе из справочников открытого доступа, энциклопедий, словарей и даже художественной литературы). Аудиторские документы и документы, с помощью которых осуществляется бухгалтерский учет, личные документы героев публикации — от воспоминаний до пометок на служебных совещаниях, от писем до трудовой книжки. Электронные документы : пресс-релизы, информация на официальных сайтах Центрального банка РФ (cbr.ru), Министерства финансов Российской Федерации (minfin.ru), Министерства экономики и развития (economygov.ru), Государственного комитета по статистике (gks.ru) и т. д. Аналогичные материалы, имеющие региональный уровень, публикуются на сайтах министерств и ведомств республик, краев и областей Российской Федерации. Электронные документы на сайтах общественных организаций, анализирующих деятельность российского и мирового бизнеса (официальный сайт

Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА России» (opora.ru)). Электронные версии СМИ, относящиеся к сегменту деловых; публикации коллег, работавших по тому или иному направлению, бизнес-приложения в СМИ (электронное приложение «Финансовые Известия» (finiz.ru)); специальные аналитические центры, где изучается информация, поступающая с мировых финансовых и фондовых площадок. Электронные базы данных и архивы: Factiva (глобальная аналитическая служба), Lexis-Nexis (аудиторская база), Интегрум ( архив электронных документов, Public.ru ( архив журналистских источников, насчитывающий несколько миллионов документов), СКАН (архив агентства «Интерфакс»). Форумы, блоги, различного рода дискуссионные площадки, расследовательские агентства (Агентства журналистских расследований «АЖУР»), сайты, накапливающие деликатную информацию о тех или иных персонах мира политики и бизнеса, — [compromat.ru](http://compromat.ru) и им подобные.

#### **Тема 4. Информационные поводы для публикаций в деловом СМИ**

Десять информационных поводов, являющихся традиционными при освещении различных отраслей экономики. Производственные результаты компаний (тенденции); финансовые результаты, выход отчетности; изменения в законодательстве; приобретение новых активов, сделки слияния и поглощения; размещение ценных бумаг; кадровые назначения и отставки; крупные инвестиционные проекты; судебные разбирательства; конфликты собственников, поставщиков, потребителей; появление на рынке новых игроков, банкротство существующих. Результаты деятельности компаний и отраслей в целом в сравнении с показанными ранее, результаты в динамике. Показ тенденции и составления подробного анализа составляющих успеха или неуспеха тех компаний или корпораций. Финансовые результаты деятельности компаний. Собственно финансовые результаты могут быть представлены в диаграммах, бэкграундовых справках и прочих нетекстовых вариантах. Имеет смысл сообщать основные показатели, которые ложатся в основу выводов журналиста, подкрепляют его тезисы. Материалы, имеющие информационный повод «изменения в законодательстве», строятся по схеме: суть изменений, их необходимость, будет ли достигнут ожидаемый эффект, побочные последствия, предложения по усовершенствованию. Приобретения новых активов, сделки слияния и поглощения. Данный информационный повод требует от журналиста раскрытия сути произошедшего: кто, какие конкретно активы, за сколько, по какой схеме покупает, а также краткого повествования о смысле деятельности и истории взаимоотношений ее участников, планах объединенной компании, проблемах, способных помешать их реализации, подоплека сделки и возможные осложнения. Информация о размещении ценных бумаг. Журналист должен обратить внимание на следующие обстоятельства: необходимо указать организатора, объем размещения, потенциальных и реальных покупателей ценных бумаг, их стоимость, результаты. Кадровые назначения и отставки. Имеют смысл в качестве информационного повода в том случае, если они происходят на высоком уровне (не ниже мэров или сити-менеджеров городов, министров региональных правительств, руководителей крупных компаний) либо имеют интересную предысторию. Информационный повод могут иметь назначения специалистов, не представляющих топ-менеджмент, но знаковых в своей сфере деятельности. Крупные инвестиционные проекты. Инвестиции (объем, источники, инвесторы, сроки окупаемости), технические характеристики проекта (оборудование, мощность), его будущее, а также история аналогичных проектов, как положительная, так и отрицательная (в случае если проект так и не был реализован). Судебные процессы, посвященные экономической тематике. Такие процессы могут идти как в Арбитражных судах, так и в судах общей юрисдикции. Особый интерес представляют процессы, так или иначе связанные с персонами, имеющими значительный вес в экономической жизни страны и региона. Материалы, связанные с какими-то прецедентными фактами. Не должны оставаться без внимания

дела, где присутствуют факты экономического характера, имеющие высокую социальную значимость. Могут быть и моменты курьезного характера.

### **Тема 5. Практика получения и анализа информации в деловом СМИ**

Получение предварительной информации. На этом этапе журналист действует, основываясь на собственном любопытстве. Наличие этого качества позволят собирать разрозненные сведения для того, чтобы структурировать их в будущем. Получать информацию можно, читая периодическую литературу, всевозможные отчеты, фильмы и телепрограммы; посещая интернет-сайты; беседуя с разными людьми. Роль в формировании информационной повестки принадлежит официальным сайтам органов власти всех уровней: статистические отчеты, проекты документов и законов, соглашения с различными бизнес-структурами. Источниками первичной информации в Интернете для делового СМИ могут служить отраслевые форумы (банкиров, страховщиков, брокеров, поставщиков лома и металлопроката). Они отслеживают изменения на интересующем рынке; дают возможность установить личный контакт с возможными источниками.

Блогосфера - место появления неожиданной и сенсационной информации. Деловое издание может находить там не только информационные поводы для написания и использовать данные для создания собственной статистики об активности рынка, о средневзвешенной стоимости объектов в тех или иных сегментах.

### **Тема 6. Язык и стиль деловой журналистики**

Особенности: наличие большого количества экономических и технических терминов, большая часть из которых — иностранные. Термины относятся к финансовым, торговым, биржевым, промышленным, строительным и многим иным аспектам. Наличие большого количества фамилий и названий, ничего не говорящих читателю. Упоминание большого количества брендов, в том числе относимых к одному производителю. Наличие описаний различных сложных бизнес-процессов. Наличие большого числа цифровых показателей, в том числе указанных в различных стандартах. Необходимость обильного цитирования в стандартах издания. Как правило, деловые тексты отличает большое количество цитат, которые приводятся для повышения точности изложения. Особую сложность представляет цитирование пространственных заявлений героев публикации.

Подход к публикации в бизнес-издании требует соблюдения правил функционально-делового стиля, тщательного выбора композиции и лексики. Намеренно снижается и эмоциональность, преобладает нейтральная оценочность. Регламент функционально-делового стиля. Деловые публикации отличает компактность и сочетание аналитичности и аргументативности с относительной краткостью, массивное использование справочных и фоновых (бэкграундовых) материалов. Краткость и компактность журналистских текстов в деловом издании компенсируются приведением большого количества справочных материалов — таблиц, инфографики, цитат, исторических справок и ссылок. Стройность логико-смысловой структуры, четкость аргументации, образность — качества, присущие добротному журналистскому тексту, в полной мере относятся и к такому непростому в реализации направлению, как деловая журналистика.

### **Тема 7. Правовое регулирование деятельности журналиста деловых СМИ**

Журналист имеет право искать, запрашивать, получать и распространять информацию. Посещать государственные органы и организации, предприятия и учреждения. Быть принятым должностными лицами в связи с запросом информации. Получать доступ к документам и материалам, за исключением их фрагментов, содержащих сведения, составляющие государственную, коммерческую или иную специально охраняемую законом тайну. Право на имя (распространять под своим именем, под псевдонимом или без подписи) (это право вытекает из общих положений авторского

права и одинаково для любого автора, независимо от того, является он журналистом или нет. Для журналиста же право публиковаться под псевдонимом или без подписи вообще носит еще и характер защиты его личности и безопасности в случаях, когда обнародование текста может привести к опасным для журналиста и его семьи последствиям. При этом редакция обязана хранить в конфиденциальности имя журналиста, принявшего решение поставить под текстом псевдоним, на тех же основаниях, что и охрана конфиденциальности источника информации (п.1, 2 ст. 41 Закона РФ «О СМИ»). Даже в случае требования в суде редакция всегда может взять всю ответственность на себя и не раскрыть имя журналиста, готовившего материал, сославшись на ст. 41 и на то, что это редакционный материал, участие в подготовке которого принимали многие сотрудники редакции или что это текст, полученный редакцией по почте от анонимного источника.) Отказаться от подготовки за своей подписью сообщения или материала, противоречащего его убеждениям (Это важное право, гарантирующее журналисту его право на свободу выражения мнения и свободу убеждений.). Не раскрывать свой источник информации (ст. 41 Закона РФ о СМИ) (это одна из важнейших гарантий профессиональной деятельности, профессиональной репутации и в том числе безопасности журналиста, о чем подробнее мы расскажем ниже).Получать доступ к информации о деятельности органов власти в порядке редакционного запроса в течение 7 дней (Это право прописано в деталях в ст. 39–40 Закона о СМИ .Распространять сведения о частной жизни гражданина без его согласия, когда этого требует защита общественного интереса (п.5 ст. 49) (Это исключение из общей обязанности брать согласие у гражданина на распространение информации о его частной жизни, к чему относятся и изображение гражданина (ст. 152.1 ГК РФ)), его другие персональные данные (ст. 6. 7 Федерального Закона «О персональных данных») и обстоятельства его частной жизни. В целом важно понимать, что с частной жизнью гражданина следует обращаться с должным уважением, не нарушая без необходимости ее конфиденциальность, если только само поведение гражданина не стало противоречить интересам общества.)

### **Тема 8. Профессионально- этические нормы, регулирующие поведение делового журналиста**

Первоочередная задача журналиста — обеспечить право граждан на получение достоверной, возможно более точной и полной информации о фактах и текущих событиях. Журналист отвечает именем и репутацией за точность информации о фактах, честность в передаче мнений, за добросовестное, непредвзятое освещение текущих событий в том контексте, в котором информация о фактах, мнениях и событиях приобретает смысл для конкретного гражданина, отдельной социальной группы, аудитории в целом. Публикация материала, обнаруживающего признаки дезинформации, признаётся недопустимой, несовместимой с принципами и нормами журналистской профессии. Профессиональная ответственность и уважение к обществу требуют от журналиста и редакции СМИ уважения права гражданина на опровержение и на ответ. Добросовестный журналист проводит чёткое, понятное аудитории разграничение между новостями (новостной информацией), с одной стороны, и мнениями, суждениями и комментариями, с другой; выделяет и отделяет специальными профессиональными приёмами от достоверной информации слухи, отделяет архивную информацию от новостной, а документальный фото-, кино-, видео- и аудиоматериал от материала, способного произвести впечатление документального; во всех случаях указывает источники информации

### **Тема 9. Особенности подготовки журналистских текстов для деловых и бизнес-изданий**

Жанровая палитра экономической журналистики: преимущество аналитической



журналистики. Специфика разработки журналистской проблемы в экономическом материале. Опыт известных зарубежных экономических обозревателей. Особенности подготовки журналистских текстов для деловых и бизнес-изданий. Понятие "экономического жанра" в журналистике. Медiateкст в деловом издании: тематические, функциональные и технологические особенности. Жанровая палитра экономической журналистики: преимущество аналитической журналистики. Специфика разработки журналистской проблемы в экономическом материале. Экономическая журналистика в электронных средствах массовой информации. Специфика освещения экономических проблем на телевидении и радио: экономическое радиообозрение и экономического телеканала. Особенности экономических изданий в Интернете. Понятие деловых телеканалов и радиостанций. Специфика освещения экономических проблем на телевидении и радио: экономическое радиообозрение и экономический телеканал. Жанровые особенности экономического радиообозрения за рубежом. Известные зарубежные экономические обозреватели. Специфика радиопрограммы делового характера в прямом эфире. Подготовка телевизионного экономического обозрения: специфика и жанровые особенности. Экономические издания в Интернете: функциональные особенности и специфика.

## **5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Методика преподавания дисциплины «Методика работы журналиста в деловых СМИ» и реализация компетентного подхода в изложении и восприятии материала предусматривает лекции. Семинарские занятия в виде выполнения заданий и упражнений, разбора подготовленных дома домашних заданий.

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов: индивидуальные/групповые задания. Оценочные средства текущего и промежуточного контроля успеваемости включают тематику индивидуальных / групповых заданий и упражнений, сюжеты ролевых игр, контрольные вопросы.

Форма промежуточной аттестации: зачет в форме устного собеседования.

Примерная тематика заданий и упражнений, сюжеты ролевых игр, образцы контрольных вопросов для проведения промежуточного контроля представлены в приложении 1.

### **6.1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

#### **6.1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

<b>Код компетенции</b>	<b>В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать</b>
ПК-2	Способен организовывать процесс создания журналистского текста и (или) продукта

В процессе освоения образовательной программы данных компетенций, в том числе их отдельные компоненты, формируются поэтапно в ходе освоения обучающимися дисциплин, практик в соответствии с учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

### 6.1.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых по итогам освоения дисциплины (модуля), описание шкал оценивания

Показателем оценивания компетенции на различных этапах их формирования является достижение обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине.

ПК-2 - Способен организовывать процесс создания журналистского текста и (или) продукта				
Показатель	Критерии оценивания			
	2	3	4	5
<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методику создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов;</li> <li>- критерии прогнозирования возможных эффектов в деловом сегменте медиасферы;</li> <li>- правые и этические нормы, регулирующие авторскую деятельность журналиста в сфере деловых медиа.</li> </ul>	<p>Обучающийся демонстрирует полное отсутствие понимания функционирования деловой коммуникации и методики создания информации для деловых СМИ</p>	<p>Обучающийся демонстрирует неполное понимание функционирования деловой коммуникации и методики создания информации для деловых СМИ</p>	<p>Обучающийся демонстрирует достаточно полное понимания функционирования деловой коммуникации и методики создания информации для деловых СМИ</p>	<p>Обучающийся демонстрирует полное понимание взаимосвязи деловой коммуникации с особенностью деловой информации.</p>
<p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять технологии и основные методы оценки эффективности медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов на практике;</li> <li>- использовать социологические методы и экспертное мнение для осуществления прогноза в сфере СМИ</li> <li>- использовать российское законодательство и этические нормы</li> </ul>	<p>Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет применять полученные знания при создании деловой новости, не умеет вступать коммуникацию разными ньюсмейкерами, носителями деловой информации.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: применять полученные знания при создании деловой новости, не умеет вступать коммуникацию разными ньюсмейкерами, носителями деловой информации.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: применять полученные знания при создании деловой новости, не умеет вступать коммуникацию разными ньюсмейкерами, носителями деловой информации.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: применять полученные знания при создании деловой новости, не умеет вступать коммуникацию разными ньюсмейкерами, носителями деловой информации.</p>

профессиональной этики журналиста в сфере деловых СМИ;				
<b>Владеть:</b> - навыками создания медиатекстов с учетом прогнозирования возможных эффектов в медиасфере и принципов социальной ответственности. - методами оценки эффективности медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов в сфере деловых СМИ; - способностью создавать медиатексты деловой тематики с учетом соблюдения правовых и этических регуляторов поведения журналиста.	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет способностью выстраивать деловое общение с различными источниками деловой информации и навыками создания текста деловой тематики.	Обучающийся недостаточно владеет способностью выстраивать деловое общение с различными источниками деловой информации и навыками создания текста деловой тематики.	Обучающийся частично владеет способностью выстраивать деловое общение с различными источниками деловой информации и навыками создания текста деловой тематики.	Обучающийся в полном объеме владеет способностью выстраивать деловое общение с различными источниками деловой информации и навыками создания текста деловой тематики.

Шкалы оценивания результатов промежуточной аттестации и их описание:

**Форма промежуточной аттестации: зачет.**

Промежуточная аттестация обучающихся в форме зачёта проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине.

Шкала оценивания	Описание
------------------	----------

Зачтено	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
Не зачтено	Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, приведенным в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

**Фонды оценочных средств представлены в приложении 1 к рабочей программе**

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **7.1. Основная литература**

Ворошилов В. В. СМИ и рынок: Проблемы маркетинга и менеджмента средств массовой информации / В. В. Ворошилов. — СПб. : Печатник, 2006. — С. 260.

Мельник Г. Деловая журналистика : учеб. пособие / Г. Мельник, С. Виноградова. — СПб. : Изд-во «Питер», 2010.

Деловая журналистика / А. Афанасьева, М. Блинова, Д. Борисьяк, В. Вайсберг, А. Вырковский, П. Силуянова, М. Ховратович, А. Ходоровский ; отв. ред. А. В. Вырковский. — М. : МедиаМир, 2012.

Мельник Г. Деловая журналистика : учеб. пособие / Г. Мельник, С. Виноградова. — СПб. : Изд-во «Питер», 2010.

### **7.2. Дополнительная литература**

Иваницкий В. Л. От идеи до бренда / В. Л. Иваницкий // 300 лет российской газете. От печатного станка к электронным медиа : сб. материалов конгр. — М. : Изд-во Моск ун-та, Фак. журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2002. — С. 189–190.

Иваницкий В. Л. Становление медиарынка в постсоветской России: движение к линии горизонта / В. Л. Иваницкий // СМИ в меняющейся России : коллектив. моногр. / под ред. Е. Л. Вартановой ; науч. ред. И. Д. Фомичева. — М. : Аспект Пресс, 2010. — С. 38–60.

Индустрия российских СМИ: цифры, факты, проблемы // Журналист. — 2008. — № 1. — С. 22–31. Интервью Т. Болдинга // Известия. — 2007. — 15 июля. Интервью О. Третьякова // Новости СМИ. — 2008. — 14 марта.

### **7.3. Электронные образовательные ресурсы**

В разработке.

### **7.4. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

Книжная полка журналиста: <http://evartist.narod.ru/journ.htm>.

Факультет журналистики МГУ: <http://www.journ.msu.ru/>.

Национальный институт прессы: <http://www.pdi.ru/>.

Союз журналистов России: <http://www.ruj.ru/>.

Официальный сайт Андрея Константинова – руководителя АЖУР – агентства журналистских расследований: <http://www.akon-stantinov.spb.ru/bio.html>.

Библиотека Центра экстремальной журналистики: <http://library.-cjes.ru/online/>.

Портал социально-гуманитарного и политологического образования:

<http://www.humanities.edu.ru/>.

«Медиаскоп» – портал научных исследований СМИ и методик журналистского образования: <http://www.mediascope.ru/>.

МедиаАтлас (современный срез российской системы СМИ, новости медиаиндустрии): <http://media-atlas.ru>.

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Аудитории для проведения лекционных занятий № 4208 (107045, г. Москва, ул. Аудитория для лекционных занятий № 4907 (г. Москва, ул. Автозаводская, д. 16, корп. 4): столы, стулья, аудиторная доска. Рабочее место преподавателя: стол, стул.

Аудитория для семинарских занятий № 4902, 4903 (г. Москва, ул. Автозаводская, д. 16, корп. 4): столы учебные со стульями, аудиторная доска. Рабочее место преподавателя: стол, стул.

Университет обеспечивает инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья специальными материально-техническими средствами обучения (включая специальное программное обеспечение) и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья, при наличии их заявлений о необходимости предоставления специализированных электронных образовательных ресурсов.

## **9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

Самостоятельная внеаудиторная работа студента направлена на выработку способности к самостоятельной работе по поиску, анализу информации деловой тематики, освоение методики работы с разными источниками информации. Предполагается подготовка текстов, предназначенных для опубликования в деловых СМИ, их редактирование и верификация.

## **10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ**

Лекционный курс по дисциплине «Методика работы журналиста в деловых СМИ» строится не на абстрактно-теоретической базе научных представлений, а на их тесной взаимосвязи с современной практикой СМИ. При проведении семинарских занятий прорабатывается предлагаемая по курсу литература, анализируется практика конкретных СМИ. Студенты учатся применять усвоенные теоретические постулаты к работе журналиста, на их основе осваивают технологию создания текстов, предназначенных для деловых СМИ.

В условиях конструирования образовательных систем на принципах компетентностного подхода произошло концептуальное изменение роли преподавателя, который наряду с традиционной ролью носителя знания выполняет функцию организатора научно-поисковой работы студента, консультанта в процедурах выбора, обработки и интерпретации информации, необходимой для практического действия и дальнейшего развития, что должно обязательно учитываться при проведении лекционных и практических занятий по данной дисциплине.

Преподавание теоретического (лекционного) материала по дисциплине «Методика работы журналиста в деловых СМИ» осуществляется по последовательно-параллельной схеме на основе междисциплинарной интеграции и четких междисциплинарных связей в рамках ООП и рабочего учебного плана по направлению 42.03.02 «Журналистика»:

На семинарских занятиях следует использовать разного рода практико-ориентированные задания. Выбирая упражнения для конкретного занятия, нужно выяснить, что оно будет значить для студентов и оправдает ли затраченное время. Можно сначала провести упражнение, а затем его обсудить либо дать обоснование упражнения до его применения. В любом случае участники должны иметь возможность обменяться мнениями, поделиться своими реакциями, осознать значение группового опыта для развития коммуникативных навыков и личностного роста. Во время групповых занятий членов группы для развития их навыков взаимодействия в коллективе обычно просят соблюдать этику делового общения.

Рабочая программа разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 42.03.02. «Журналистика», утвержденным приказом Минобрнауки РФ от 8 июня 2017 г., № 524.

**Программу составила:**

д.ф.н., профессор



С.С. Распопова

**Программа утверждена** на заседании кафедры журналистики и массовых коммуникаций имени М.Ф. Ненашева

«27» июня 2022 г., протокол № 11.

Зав. кафедрой, к.ф.н., доцент



/Е.В. Перевалова

# **ПРИЛОЖЕНИЕ 1**

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)**

Направление подготовки: 42.03.02 ЖУРНАЛИСТИКА

ОП (профиль): «Деловая журналистика»

Форма обучения: очная

Профессиональные задачи следующих типов (В соответствии с ФГОС ВО)

- авторский;
- редакторский;
- проектный.

**Кафедра: ЖУРНАЛИСТИКИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

**имени М.Ф. НЕНАШЕВА**

## **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

### **ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

#### **«МЕТОДИКА РАБОТЫ ЖУРНАЛИСТА В ДЕЛОВЫХ СМИ»**

1. Показатели уровня сформированности компетенции
2. Перечень оценочных средств по дисциплине
3. Вопросы к зачету
4. Тематика докладов, сообщений
5. Деловая игра

Составитель: С.С. Распопова, д.ф.н., проф.

Москва, 2022 год

## 1. ПОКАЗАТЕЛИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие общепрофессиональные компетенции:

ПК-2 - Способен организовывать процесс создания журналистского текста и (или) продукта			
Перечень компонентов	Технология формирования	Форма оценочного средства	Степени уровней освоения компетенций
<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методику создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов;</li> <li>- критерии прогнозирования возможных эффектов в деловом сегменте медиасферы;</li> <li>- правые и этические нормы, регулирующие авторскую деятельность журналиста в сфере деловых медиа.</li> </ul> <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять технологии и основные методы оценки эффективности медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов на практике;</li> <li>- использовать социологические методы и экспертное мнение для осуществления прогноза в сфере СМИ</li> <li>- использовать российское законодательство и этические нормы профессиональной этики журналиста в сфере деловых СМИ;</li> </ul> <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками создания медиатекстов с учетом прогнозирования возможных эффектов в медиасфере и принципов социальной ответственности.</li> <li>- методами оценки эффективности медиатекстов, медиапродуктов,</li> </ul>	<p>Лекции, самостоятельная работа, семинарские занятия</p>	<p>ДИ КЗ РЗЗ</p>	<p><u>Базовый уровень:</u></p> <p>Понимает взаимосвязь коммуникации как вида деятельности с параметрами экономического, политического, социального пространства; основных асоциальных эффектов социальной коммуникации. Знает основные асоциальные эффекты социальной коммуникации, способы снятия конфликтов, умеет применять полученные знания при выявлении и объяснении фактов и процессов коммуникации; но при этом допускаются ошибки, неточности, затруднения при действиях в нестандартных ситуациях, Умеет использовать знания об особенностях коммуникации в индивидуальной практике, исполнять коммуникативную роль в соответствующей коммуникативной ситуации; умения освоены, но возникают затруднения при переносе умений на новые, нестандартные ситуации.</p> <p>Обучающийся частично владеет способностью анализа практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью с точки зрения эффективной коммуникации.</p> <p><u>Повышенный уровень:</u></p> <p>Знает основные асоциальные эффекты социальной коммуникации, способы снятия конфликтов.</p> <p>Умеет применять полученные знания при выявлении и объяснении фактов и процессов коммуникации; учитывать знания об особенностях коммуникации в индивидуальной практике, в том</p>



<p>коммуникационных продуктов в сфере деловых СМИ; - способностью создавать медиатексты деловой тематики с учетом соблюдения правовых и этических регуляторов поведения журналиста.</p>			<p>числе речевой; практически осуществлять все этапы коммуникативного процесса, исполнять коммуникативную роль в соответствующей коммуникативной ситуации; использовать те коммуникативные стратегии и тактики, которые содействуют успешной коммуникации; умеет распознавать причины возникновения барьеров и вносить коррективы в процесс коммуникации. Владеет способностями базироваться на полученных общетеоретических знаниях концептуального характера в профессиональной деятельности. Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.</p>
---	--	--	--

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

№	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Деловая и/или ролевая игра (ДИ)	Совместная деятельность группы обучающихся и педагогического работника под управлением педагогического работника с целью решения учебных и профессионально - ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре
2	Доклад, сообщение (ДС)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений

ПК-2 - Способен организовывать процесс создания журналистского текста и (или) продукта		
Контролируемый результат обучения	Контролируемые темы (разделы)	<p style="text-align: center;"><b>НЕДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЙ ЗАЧЕТ</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Критерии оценивания</b></p>

	ДИСЦИПЛИНЫ	зачтено	не зачтено
Обучающийся знает специфику маркетинговой коммуникации, основные классификации рекламных и PR-сообщений, их достоинства и недостатки в зависимости от средств (каналов) продвижения; умеет классифицировать рекламу и PR и понимает их роль в продвижении; работать с рекламными и владеет основами создания и анализа рекламных и PR-текстов, в том числе связанным с формированием имиджа и продвижением медиапродукта	Темы 1-9	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний и умений приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.	Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений приведенным в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний и умений по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

### 3. ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Источники информации в работе делового журналиста: пресс-службы, информационные агентства, официальные сайты министерств, ведомств и предприятий

2. Источники информации в работе делового журналиста: статистические отчеты, периодически публикуемые государственными организациями, справочники и статистические бюллетени

3. Источники информации в работе делового журналиста: доклады и справки, разрабатываемые некоммерческими организациями.

4. Разновидности досье в работе журналиста

5. Портретное досье в работе делового журналиста

6. Тематическое досье в работе делового журналиста

7. Проблемное досье в работе делового журналиста

8. Источники информации и каналы получения информации для досье

9. Основные документы и принципы работы с ними

10. Текстовые документы

11. Аудиторские документы

12. Электронные документы

13. Информационные поводы для публикаций в деловом СМИ

14. Производственные результаты компаний (тенденции) как информационный повод в деловом СМИ

15. Финансовые результаты деятельности компаний как информационный повод в деловом СМИ

16. Информация о размещении ценных бумаг как информационный повод

17. Инвестиционные проекты как информационный повод.

18. Судебные процессы, посвященные экономической тематике, как информационный повод

19. Этапы получения и анализа информации в деловом СМИ

20. Язык и стиль деловой журналистики

21. Правовое регулирование деятельности журналиста деловых СМИ

22. Профессионально-этические нормы, регулирующие поведение делового журналиста

23. Жанровая палитра экономической журналистики
24. Специфика разработки журналистской проблемы в экономическом материале
25. Опыт известных зарубежных экономических обозревателей.
26. Особенности подготовки журналистских текстов для деловых и бизнес-изданий.
27. Медiateкст в деловом издании: тематические, функциональные и технологические особенности.
28. Специфика разработки журналистской проблемы в экономическом материале.
29. Экономическая журналистика в электронных средствах массовой информации.
30. Специфика освещения экономических проблем на телевидении и радио: экономическое радиообозрение и экономических телеканал.
31. Особенности экономических изданий в Интернете. Понятие деловых телеканалов и радиостанций.
32. Жанровые особенности экономического радиообозрения за рубежом.

#### **4.ТЕМАТИКА ДОКЛАДОВ, СООБЩЕНИЙ**

1. Понятие качественной прессы. Основные принципы качественной прессы.
2. Качественный деловой журнал.
3. Подходы к типологии деловых журналов
4. Универсальные и специализированные деловые журналы в современной России. Проблемы типологии.
5. Аудитория делового журнала.
6. Способы изучения аудитории делового журнала. Проблема достоверности рейтингов.
7. Сегментирование аудитории делового журнала. Целевая аудитория. Проблемы сегментирования целевой аудитории.
8. Тенденции развития рынка деловых журналов в России.
9. Франчайзинг деловых журналов.
10. Особенности восприятия и потребления деловой информации.
11. Позиционирование делового журнала. Основные принципы.
12. Концепции позиционирования ведущих деловых журналов России.
13. Источники деловой информации, их виды, способы проверки надежности и достоверности информации.
14. Виды иллюстраций в деловом журнале.
15. Основные подходы к иллюстрированию ведущих федеральных деловых журналов.
16. Основные принципы дизайна современного делового журнала.
17. Основные принципы верстки современного делового журнала.
18. Задачи специальных приложений к деловому журналу.
19. Особенности построения, обратной связи, способы продвижения Интернет-сайта делового журнала.
20. Проблемы взаимодействия рекламного отдела с журналистами и редакторами.
21. Организация профессиональных форумов на Интернет-сайте делового журнала. Проблема модерирования.
22. Каналы распространения делового журнала.
23. Основные способы продвижения делового журнала.
24. Деловые интернет-журналы. Ключевые характеристики и отличия от печатных деловых журналов.
25. Тенденции развития рынка деловых журналов в современной России.

#### 4. ДЕЛОВАЯ ИГРА

На занятии моделируется проблемная ситуация профессиональной деятельности, для которой обучающиеся должны найти решения с позиции участников ситуации. Оцениваются применение методов решения проблемных ситуаций, способность работать в группе, навыки, необходимые для профессиональной деятельности, анализировать условия и адекватно выстраивать последовательность собственных действий.

Студенты вовлекаются в деловую игру, формирующую у них навыки работы с источниками информации. При этом отрабатываются разные формы поведения собеседников. В процессе освоения дисциплины студентам предлагаются следующие деловые игры. Каждая из них дополняет теоретический материал по определенной проблеме. Как правило, одна игра рассчитана на 45-50 минут аудиторной работы.

##### Вариант 1. Игра Реакция на ошибки

Представьте себе, что вы корреспондент какой-либо редакции. Так получилось, что в вашем материале получилась ошибка: вы неправильно написали фамилию со-беседника. Его скверный характер вы вычислили еще на интервью. Задание - как с минимальными для себя потерями замаять свою вину и не уронить деловую ре-путацию перед собеседником и своим редактором.

Вариант 2: Вы - тот самый собеседник. Ваша задача - добиться от редакции законным путем из-винений в свой адрес. Условие: вы не входите в число постоянных экспертов редакции.

Вариант 3: Вы - редактор СМИ. Вам стало известно, что в одном из материалов неправильно указана фамилия уважаемого многими человека. Как и ему угодить, и репутацию редакции сохранить? В заключение занятия, после оглашения слушателями версий, делаем их анализ.

##### Вариант 4. Техника рождения сенсации.

Цель игры - продемонстрировать студентам модель, в которой рождаются материалы, основанные не на реальных фактах, а на слухах, домыслах, сплетнях и т.д. Педагогический принцип игры заключается в том, чтобы убедить слушателей в том, что любую информацию необходимо проверять, а слухам доверять нельзя.

Условие. Преподаватель просит группу на время покинуть аудиторию. При этом по согласованию со всеми студентами один ее представитель остается наедине с преподавателем, который рассказывает ему вводную - небольшую историю, которую необходимо запомнить в деталях и максимально подробно пересказать своему коллеге. Таким образом, каждый студент должен по цепочке воспроизвести данную историю. Преподаватель должен записывать версию каждого игрока.

В заключение преподаватель обсуждает с ребятами степень искажения первоначальной информации. Важно выявить и понять, с какого звена вводная стала дополняться ложными сведениями, почему так произошло. На примере группы образно можно представить современный мир, в котором из уст в уста передается различная - далеко не всегда соответствующая действительности ? информация, которая впоследствии становится якобы сенсационной с точки зрения различных СМИ.

В заключение преподаватель обсуждает с ребятами степень искажения первоначальной информации. Важно выявить и понять, с какого звена "вводная" стала дополняться ложными сведениями, почему так произошло. На примере группы образно можно представить современный мир, в котором из уст в уста передается различная - далеко не всегда соответствующая действительности - информация, которая впоследствии становится якобы сенсационной с точки зрения различных СМИ.