Правительство Российской Федерации

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики"

Общеуниверситетский факультатив

МАЙНОР «МЕДИА И МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ!

Программа дисциплины

«Новостная грамотность: новость как объект манипуляции»

Автор программы:
Шомова С.А., доктор политических наук, профессор

Одобрена на заседании департамента медиа «___»_____ 2016 г
Руководитель департамента _____И.В. Кирия

Утверждена УС факультета коммуникаций, медиа и дизайна «___»_____2016 г.
Ученый секретарь _____ А.Ф. Векслер

Утверждена Проректором НИУ ВШЭ «___»_____2016 г.
Проректор Рощин С.Ю. _____

Москва, 2017

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.

1 Область применения и нормативные ссылки

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

Программа предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, учебных ассистентов и студентов различных направлений подготовки, выбравших майнор «Медиа и массовые коммуникации» и изучающих дисциплину «Новостная грамотность: новость как инструмент манипуляции».

Программа разработана в соответствии с учебными планами новой образовательной модели бакалавриата, введенной в НИУ ВШЭ в 2014 году.

2 Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Новостная грамотность: новость как инструмент манипуляции» являются:

- изучение основных понятий и ведущих компонентов феномена медиаграмотности и одного из его важнейших современных направлений – новостной грамотности;
- знакомство с новостью как гносеологическим, коммуникативным и журналистским феноменом;
- осмысление специфических характеристик новостных материалов медиа, отличающих их от материалов других типов современной журналистики, рекламы, PR, пропаганды и иных элементов информационного пространства;
- овладение методиками оценки источников новостей;
- освоение технологий анализа новостных материалов различных СМИ;
- выработка навыков критического мышления по отношению к продукции современных медиа.

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: основные требования, предъявляемые к текстам СМИ (точность, достоверность, наличие ссылок на источники информации, разграничение фактов и оценок, плюрализм мнений и точек зрения, баланс интересов) и понимать важность их соблюдения; знать специфику журналистского текста, его отличие от других текстов медиапространства (рекламы, пропаганды, Паблик Рилейшнз и т.д.);

уметь использовать основы гуманитарных знаний при подготовке и анализе материалов современных медиа; уметь осуществлять познавательную деятельность, основываясь на философских и общенаучных принципах и методах анализировать явления социальной реальности***;***

владеть приемами оценки достоверности источников информации и анализа текстов СМИ.

В результате освоения дисциплины студент осваивает следующие компетенции:

Компетенция	Код по Единому классификатору компетенций НИУ ВШЭ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
Способен учиться, приобретать новые знания, умения, в том числе в области, отличной от профессиональной	СК-Б1	Владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения	Лекционные и семинарские занятия, дискуссии, решение кейсов, индивидуальная и групповая работа над проектами
Способен работать с информацией: находить, оценивать и использовать информацию из различных источников, необходимую для решения профессиональных задач (в том числе на основе системного подхода)	СК-Б6	Владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, владением навыками работы с компьютером как средством управления информацией; способностью работать с информацией в средствах медиа и глобальных компьютерных сетях	Семинарские занятия, подготовка презентации и отчета по итогам групповой работы над проектом
Способен критически оценивать и переосмыслять накопленный опыт (собственный и чужой), рефлексировать профессиональную и социальную деятельность	СК-Б 10	Способен применять базовые навыки владения новостной грамотностью в повседневной, исследовательской и профессиональной деятельности	Тренинги, деловые игры, подготовка презентаций, написание эссе и курсовых работ
Способен к осознанному целеполаганию, профессиональному и личностному развитию	СЛК–Б3	Способен критически оценивать материалы современных медиа, выбирать качественные источники информации, отличать новостной текст от рекламных, пропагандистских и иных материалов современного медиапространства	Лекционные и семинарские занятия, дискуссии, анализ материалов СМИ, решение кейсов, индивидуальная и групповая работа над проектами
Способен понимать и анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые проблемы и процессы, происходящие в обществе.	СЛК–Б6	Способен противостоять манипуляционным технологиям современных медиа, приемам информационных войн	Лекционные и семинарские занятия, дискуссии, анализ материалов СМИ, решение кейсов, индивидуальная и групповая работа над проектами

4 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Майнор входит в основную часть образовательной программы новой модели бакалавриата НИУ ВШЭ.

5 Тематический план учебной дисциплины

	Название раздела	Всего часов	Аудиторные часы			Самостоятельная работа
			Лекции	Семинары	Практические занятия	
1	Новости в социуме: историческая ретроспектива	8	4			4
2	Новости в современном социуме: закономерности производства, распространения и потребления	6	2			4
3	Новость в современном коммуникационном пространстве	6	2			4
4	Новость и ее «соседи» по медиапространству (проблема идентификации новостного сообщения)	10	4			6
5	Новостные драйверы: что делает информацию новостью? *Игра «Я – редактор»*	12		4		8
6	Новость «в окружении» рекламы, пропаганды, PR, «сырой» информации	14		6		8
7	Журналистика новостей и журналистика мнений	6	2			4
8	Сбалансированные и честные новости: профессиональный миф или объективная реальность?	6	2			4
9	Власть изображения эмоций: анализ аудиовизуальных текстов	10	6			4
10	Методики оценки источников информации	8	4			4
11	Фейк или не фейк? Проблема верификации новостных сообщений современных СМИ	8	4			4
12	Методы деконструкции сообщений печатных СМИ	16		6		10
13	Особенности анализа и деконструкции радиосообщений	16		6		10
14	Методы деконструкции телевизионных новостных материалов	16		6		10
	Специфика деконструкции сообщений но-					

15	вых медиа	16		6		10
16	Кино и медиаграмотность. Как кино используется в пропаганде?	16		6		10
17	Что такое «власть информации» и кому нужна «свобода слова»?	16		6		10
	Итого:	**190**	**30**	**46**		**114**

6 Формы контроля знаний студентов

Тип контроля	Форма контроля	1 год				2 год				Департамент медиа	Параметры **
		1	2	3	4	1	2	3	4		
Текущий	Контрольная работа		x								письменная работа 60 минут
	Эссе		x								3-4 тыс. слов
	Реферат										
	Коллоквиум										
	Домашнее задание	x	x								доклад на семинарском занятии с презентацией
Промежуточный	Зачет										
	Экзамен		x								
Итоговый	Экзамен										

Порядок формирования оценок по дисциплине

При преподавании дисциплины используется накопительная система оценок. Контроль знаний студентов включает в себя несколько позиций, а именно:

- экзамен в традиционной форме (письменной или устной; либо в форме деловой игры «Дублер», предполагающий мини-выступление студента по выбранной теме курса (оценка по10-бальной шкале); либо – вариант 2017 года – в форме творческого индивидуального или группового проекта.
- домашнее задание, написанное в форме эссе либо выполненное в виде творческого задания по поручению преподавателя (оценка по10-бальной шкале);
- контрольная работа (оценка по 10-бальной шкале) либо написание эссе на семинаре;
- участие в работе на семинарах: подготовка и презентация докладов на мини-конференциях, участие в тренингах во время семинарских занятий (оценка по10-бальной шкале);
- посещаемость занятий и активное участие в работе на них (от 0 до 2 баллов)

Итоговая оценка, выставляемая в ведомость, рассчитывается по формуле:

Ои = 0,3*Оэ + 0,2*Од/з + 0,1*Ок/р+0,3*Од + П,

где **Ои** – итоговая оценка по 10-бальной шкале,

Оэ – оценка за экзамен по 10-бальной шкале,

Од/з – оценка за домашнее задание (эссе, творческое задание, подготовку и презентацию докладов и т.д.) по 10-бальной шкале,

Ок/р – оценка за контрольную работу по 10-бальной шкале,

Од – оценка за работу на семинарских занятиях (участие в тренингах и деловых играх) по 10-бальной шкале,

П – балл за посещаемость занятий; данная переменная может принимать значение от 0 до 1 баллов (при наличии контрольной работы в семестре) либо от 0 до 2 баллов (если теоретическая контрольная работа не проводилась и фокус смещен в сторону практических тренингов):

2 балла ставится, если студент посетил 95-100 процентов занятий;

1 балл ставится, если студент посетил 85-95 процентов занятий;

0 баллов ставится, если студент посетил менее 85 процентов занятий;

7 Содержание дисциплины

Тема 1. Новости в социуме: историческая ретроспектива

Лекция, 4 часа

Информация как необходимая составляющая функционирования социума. Новости в примитивных обществах до появления письменности. Новости в Древнем мире. Формы официальных сообщений в Древнем Риме. Появление первых печатных новостей (Китай, VIII в.). Изобретение книгопечатания в Европе и его влияние на распространение новостей. Первые газеты в Европе, Северной Америке, России. Изобретение фотографии и её влияние на развитие новостной журналистики. Первые фоторепортажи.

Скачок в скорости распространения новостей в XIX веке: изобретение телеграфа и телефона. Появление первых информационных агентств. Изобретение кинематографа и появление кинохроники как способа распространения новостей. Изобретение радио и создание массового радиовещания как следующий качественный скачок в истории распространении новостей. Появление телевидения и телевизионных новостей.

Создание интернета и возникновение сетевого способа распространения новостей. Общие тенденции в истории развития новостной журналистики: переход от устной к письменной форме, возникновение печатной формы и её визуализация, рост скорости передачи новостей, переход к аудиовизуальной форме представления социальной информации, возникновение симультанного распространения массовой информации в устной, аудиовизуальной и мультимедийной формах, возникновение "гражданской журналистики" (или параллельной журналистики). Информационные революции в истории общества.

Тема 2. Новости в социуме: закономерности производства, распространения и потребления

Лекция, 2 часа

Категории "новость" и "новизна" в социогуманитарном знании. Их сущность и типология. Понятие «нового» и возможные подходы к нему в различных научных дисциплинах.

Производство новостей СМИ в системе отношений "власть - бизнес - общество". Власть информации. Обыденность информации и проблемы в работе с нею. Распространение новостей как средство управления социальными процессами. Социально-психологические эффекты, возникающие при распространении новостей. Элементы в информационной деятельности СМИ, вызывающие негативные реакции общества. Новости в СМИ как катализатор социальных конфликтов.

Закономерности новостного медиапотребления: какие новости предпочитают зрители, слушатели, читатели. Социальные стереотипы в восприятии новостей в СМИ. Социально-демографические закономерности обращения аудиторий к новостям СМИ.

Новостная грамотность (The News Literacy) как современное направление развития медиазнания; цель, задачи и специфика курса. Комплекс проблем новостной грамотности в общей структуре вопросов медиаграмотности.

Тема 3. Новость в современном коммуникационном пространстве

Лекция, 2 часа

Понятие новости в мире современных медиа. Новостная журналистика и ее особенности. Разнообразие вариантов определения журналистской новости и типологические подходы к сущности понятия. Кто решает, что событие – это «новость»? Качества, делающие информацию новостью (новостные драйверы). Роль редактора в присвоении событию статуса новости. Влияние аудитории на рождение новости и ее жизненный цикл. Иные факторы, определяющие «новость» в мире современных СМИ.

Тема 4. Новость и ее «соседи» по медиапространству (проблема идентификации новостного сообщения)

Лекция, 4 часа

Умение ориентироваться в информационном пространстве как важная часть новостной грамотности. Как отличить новостное сообщение от ближайших «соседей» по информационным «окрестностям»? Важнейшие маркеры, помогающие идентифицировать новость. Новость и иные типы сообщений в современных СМИ. Новость и продукция инфотейнмент. Новость и реклама. Новость и пропаганда. Новость и сообщения Паблик Рилейшнз. Новость и «сырая» информация (непроверенные сообщения сайтов сети Интернет, информация блогов и т.д.). Что делает журналиста журналистом, а информацию – новостью?

Тема 5. Новостные драйверы: что делает информацию новостью?

Семинар-деловая игра, 4 часа

Факторы, определяющие новость. Понятие новостного драйвера. Основные новостные драйверы, превращающие информацию в новость (участие в событии известных людей, важность для публики, наличие конфликта, эксклюзивность информации, приближенность во времеи и пространстве и т.д.)

Семинар проходит в виде деловой игры «Я – редактор».

Тема 6. Новость «в окружении» рекламы, пропаганды, PR, «сырой» информации

Семинар-конференция, 6 часов

Виды современного медиатекста. Новостной журналистский текст и его принципиальные отличия от других текстов современных медиа. Понятие и разновидности пропагандистского текста. Понятие и разновидности рекламного текста. Понятие и разновидности PR-текста. Приемы идентификации новостного текста в современных медиа.

Семинар проходит в традиционной форме либо в форме мини-конференции, на которой студенты представляют подготовленные заранее доклады с презентациями.

Тема 7. Журналистика новостей и журналистика мнений

Лекция, 2 часа

Понятие «журналистики мнений». Основные характеристики, отличающие журналистику мнений, и маркеры, позволяющие идентифицировать ее сообщения. Каким условиям должно отвечать «мнение», чтобы оставаться в рамках качественной журналистики? Критерии, отличающие данные типы сообщений: цели, система доказательств, эмоции, тональность сообщения и

т.д. Журналистика мнений vs новостной журналистики: «плюсы» и «минусы». Методы качественной интерпретации, анализа и идентификации материалов СМИ, относящихся к журналистике мнений.

Тема 8. Сбалансированные и честные новости: профессиональный миф или объективная реальность?

Лекция, 2 часа

Проблема сбалансированности информации в новостном сообщении. Сбалансированность и честность сообщения: различные подходы к дефиниции понятий. Влияние сознательных и подсознательных предубеждений на степень сбалансированности и честности новостного материала. Предубеждения (предвзятость) аудитории, предубеждения СМИ, предубеждения журналиста: возможно ли их избежать и реально ли обнаружить в тексте сообщения? Возможные методы оценки уровня сбалансированности журналистского материала.

Тема 9. Власть изображения эмоций: анализ аудиовизуальных текстов

Лекция, 6 часов

Сила визуального образа. Визуальный образ новости и его возможности. Матрица деконструкции аудиальных и визуальных текстов. Факторы, способные понизить степень достоверности аудиовизуального сообщения.

Как воздействует на потребителя изображение? Лучшие фото- и видеорепортажи. Развлечения и «сценарии жизни». Эмоция как инструмент манипуляции. Методы манипулирования аудиовизуальным контентом современных медиа.

Тема 10. Методики оценки источников информации

Лекция, 4 часа

Понятие источника информации. Виды источников информации в журналистском сообщении. Признаки качественной работы с источниками в новостном материале (независимость, множественность, информированность и другие характеристики источников новости). Способы оценки и интерпретации качества источников информации в новостном сообщении (методика «I'M VAIN»). Специфика применения методики к оценке источников информации разных видов.

Тема 11. Фейк или не фейк? Проблема верификации новостных сообщений современных СМИ

Лекция, 4 часа

Правда как философская категория и понятие теории журналистики. Этические кодексы журналиста о правдивости информации. «Что не проверено – то наврано»: почему иногда журналисты нарушают законы тщательной проверки информации. Понятие фейка и сложности его выявления. Факторы, затрудняющие проверку информации. Виды доказательств, подтверждающие правдивость и достоверность журналистского сообщения (прямые и непрямые доказательства, степень незаинтересованности источника и т.д.). В поисках истины: этапы процесса верификации новостного материала.

Тема 12. Способы анализа, декодирования и деконструкции новостных сообщений современных СМИ. Методы деконструкции сообщений печатных СМИ

Аналитический семинар, 2 часа
Семинар-тренинг, 4 часа

Новостная грамотность как ключ к качественной интерпретации и оценке новостных сообщений СМИ. Контекст, в котором живет новость. Схема анализа новостного материала. Ос-

новные этапы деконструкции новости. Специфика применения методики деконструкции к новостям различных СМИ.

Специфика работы со схемой деконструкции новостей применительно к сообщениям печатных СМИ. Оценка содержания и структуры новостного материала, его контекста, качества источников информации, степени сбалансированности материала, и иные способы оценки новости. Анализ материалов печатных СМИ.

Семинар проводится частично в аналитической (демонстрация матрицы деконструкции сообщений СМИ), частично в тренинговой форме и включает в себя анализ кейсов.

Тема 13. Особенности анализа и деконструкции радиосообщений

Семинар-тренинг, 6 часов

Специфика работы со схемой деконструкции новостей применительно к радиосообщениям. Плюсы и минусы радио как источника информации. Радио как вторичная речевая культура; его дополнительные возможности воздействия на аудиторию и влияние этих возможностей на эффективность новостных сообщений. Оценка содержания и структуры новостного материала радио, его контекста, качества источников информации, степени сбалансированности материала и иные способы оценки новости. Анализ новостных радиоматериалов.

Семинар проводится в тренинговой форме и включает анализ кейсов.

Тема 14. Методы деконструкции телевизионных новостных материалов

Семинар-тренинг, 6 часов

Плюсы и минусы телевидения как источника новостной информации. Специфика телевизионных новостей. Оценка содержания и структуры новостного телевизионного материала, его контекста, качества источников информации, степени сбалансированности материала и иные способы оценки новости. Анализ новостных сообщений телевидения.

Семинар проводится в тренинговой форме и включает анализ кейсов.

Тема 15. Специфика деконструкции сообщений новых медиа

Семинар-тренинг, 6 часов

Проблема достоверности информации в новых медиа. Кризис аутентичности и феномен анонимности источников новости в блогосфере, социальных сетях и т.д. Проблемы надежности, информированности, авторитетности, незаинтересованности источников новостей в Интернете. Специфика применения модели деконструкции новостей к сообщениям сети Интернет. Анализ новостных материалов социальных медиа.

Семинар проводится в тренинговой форме и включает анализ кейсов.

Тема 16. Кино и медиаграмотность. Как кино используется в пропаганде?

Аналитический семинар, 6 часов

Кинематограф в современном медиапространстве. Специфика документального кино. Манипулятивные возможности образа в документальном кинематографе. Методы воздействия на зрителя. Что такое нарративы и как они связаны с образами повседневной реальности, образом будущего и идеологией? Пропагандистские возможности документального кино.

Форма проведения семинара – анализ произведений документального кино.

Тема 17. Что такое «власть информации» и кому нужна «свобода слова»?

Аналитический семинар, 6 часов

Подходы к пониманию свободы слова и свободы СМИ. Как «свобода слова» связана с основными правами человека?

Власть информации: почему из-за информации люди готовы убивать и рисковать жизнью?

Семинар проводится в традиционной форме либо в виде мини-конференции, на которой студенты представляют подобранные дома кейсы и анализируют их вместе со всей группой.

8 Образовательные технологии

В преподавании курса, помимо традиционных для российской высшей школы лекционных и семинарских занятий (с использованием наглядных презентаций, осуществляемых с помощью компьютерного оборудования и проектора), применяются активные методы обучения: тренинги, деловые игры, мини-конференции, решение практических задач и кейсов. Так, среди домашних заданий обязательным является социальный эксперимент «Blackout» («Зона затемнения»): студентам предлагается обойтись без любых новостей в течение 24 часов. Подобное упражнение помогает не только лучше осознать роль медиа в жизни современного человека, но и осмыслить собственную степень «зависимости» от новостных сообщений, а также проанализировать типы и виды новостной информации, наиболее привлекательные для каждого конкретного студента.

В ходе семинаров проводятся деловые и ролевые игры («Я – редактор», «Дублер»), на каждом практическом занятии решаются кейсы по анализу и деконструкции новостных сообщений. Как минимум одно из практических занятий проходит в форме мини-конференции, на которой студенты группы выступают с презентационными докладами по остро актуальным проблемам новостной грамотности.

9 Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента

9.1. Примеры вопросов и заданий для контрольных работ и аналитических тренингов на семинарах:

1) Приведите различные варианты определений журналистской новости.

2) Объясните действие методики «I'M VAIN» и проиллюстрируйте ее работу на конкретных примерах.

3) Проанализируйте источники информации в раздаточном материале (текстах печатных СМИ) и оцените их с точки зрения достоверности/неангажированности/авторитетности/информированности.

4) Перечислите 11 новостных драйверов, существующих в современных медиа.

5) Сбалансированность и честность новостного материала: объясните разницу понятий.

6) «Плюсы» и «минусы» журналистики мнений.

7) Новость и «сырая информация»: в чем разница?

8) Перечислите маркеры, позволяющие отличить новость от рекламы, пропаганды, текстов Паблик Рилейшнз.

9) Проведите деконструкцию новостного видеосюжета и оцените особенности его контекста, качество источников информации, степень сбалансированности материала и т.д.

10) Проанализируйте предложенные сообщения блогосферы и оцените их достоверность/авторитетность/незаинтересованность и т.д. с точки зрения News Literacy.

9.2. Пример домашнего задания: Подготовка докладов на мини-конференцию

Каждый студент (в группе с коллегами) должен подготовить к одному из семинаров домашнее задание в виде доклада и презентации по одной из тем курса. На выбор предлагаются 4 темы: "Новостные драйверы: что делает информацию новостью?"; "Факт и его отражение в мнениях журналистов"; "Реклама, похожая на новость. PR, похожий на новость"; "Инфотеймент и "сырая информация": развлечение vs новость".

Первая тема предполагает обсуждение различных типов новостной информации, проиллюстрированное примерами. Вторая тема связана с анализом интерпретацией события или факта, предложенных различными колумнистами. Третья тема акцентирует внимание на осмыслении маркеров, позволяющих отличить рекламные и PR-сообщения от подлинной новости. Четвертая тема ставит главной задачей поиск в российских медиа разнообразных примеров инфотеймента и "сырой информации", выдающих себя за новость.

10 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Единого базового учебника по дисциплине не существует. Основным учебно-методическим подспорьем для студентов по данному курсу является лекционный материал.

Дополнительная литература по курсу

Издания после 2009 года

(преимущественно имеются в наличии в библиотеке НИУ ВШЭ)

1. Амзин А. А. Новостная интернет-журналистика. – М. Аспект Пресс, 2012.
2. Вирен Г.В. Современные медиа: Приемы информационных войн. – М., Аспект Пресс, 2013.
3. Герасимов В. В. Технология новостей от Интерфакса. - М. Аспект Пресс, 2011.
4. Кара-Мурза С. Г. Власть манипуляции. – М. Академический Проект, 2009.
5. Лозовский Б. Н. Кто и как манипулирует журналистами? Манипулятивные технологии влияния на средства массовой информации. – Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2011.
6. Мельник Г. С. Деловая журналистика. - СПб. Питер, 2010.
7. Монро Е. Строим новость. М.: Анри, 2011 // http://www.internews.kz/sites/default/files/stroim_novost.pdf
8. Никитенкова М. А. Информационная инфраструктура США: государство и рынок. – М.: Академия, 2009.
9. Столяров А. В. Информационная свобода и информационное насилие. – М. Изд-во МГУ, 2012.
10. Тертычный, А. А. Аналитическая журналистика. – М. Аспект Пресс, 2010.
11. Федотова, Л. Н. Общественное мнение и журналистика. – М. Изд-во Моск. ун-та, 2011.
12. Цвик, В. Л. Телевизионная журналистика. – М. ЮНИТИ-ДАНА, 2009.

Книги более ранних лет издания

(преимущественно имеются в наличии в библиотеке НИУ ВШЭ)

1. Афанасьева, О. В. Право граждан на информацию и информационная открытость власти: концептуальные вопросы правового регулирования. - М.: Научная книга, 2004.
2. Беспалов П. В. Информационная политика. - М.:РАГС, 2003
3. Беспалова А. Г. История мировой журналистики. - Ростов-на-Дону, 2004.
4. Васильева Л. А. Делаем новости! - М.: Аспект Пресс, 2003.
5. Вирилио П. Информационная бомба: стратегия обмана. - М.: Фонд научных исследований "Прагматика культуры", 2002.
6. Гаврилов К. В. Как делать сюжет новостей и стать медиатворцом. - М.: Амфора, 2007.
7. Грабельников А. А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. - М.: Изд-во РУДН, 2001.
8. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. - СПб. Речь, 2003.

9. Есин Б. И. История русской журналистики (1703-1917). - М. Флинта, 2006.
10. Засурский, Я. Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1990-2004. - М. Изд-во Моск. ун-та, 2004.
11. Информационная политика: в контексте социальной информациологии. - М.: РАГС, 2007.
12. Калмыков А. А. Интернет - журналистика. - М. ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
13. Киви Б. Гигабайты власти. - М.: Бестселлер, 2004.
14. Ким М. Н. Новостная журналистика. - СПб. Изд-во Михайлова В. А., 2005.
15. Кихтан В. В. Информационные технологии в журналистике. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2004.
16. Ключи к эфиру. Радиожурналист и политика. - М.: Аспект-Пресс, 2007.
17. Костюков Л. В. Журналистика мнений: вид изнутри и немного сбоку. - М.: Ин-т журналистики и лит. творчества (ИЖЛТ), 2004.
18. Кузнецов И. В. История отечественной журналистики (1917-2000). - М.: Флинта, 2006.
19. Кэрролл В. М. Новости на TV. – М. Мир, 2004.
20. Таггл К. А. Новости в телерадиоэфире. – М.: ГИТР, 2006.
21. Орлова, В. В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. - М.: РИП-холдинг, 2003.
22. Панарин И. Н. Информационная война. – М.: Городец, 2004.
23. Почепцов Г. Г. Информационные войны. – Киев Ваклер, 2001.
24. Почепцов Г.Г. Информация & Дезинформация. – Киев: 2001.
25. Почепцов Г.Г. Психологические войны. – М.: "Рефл-бук", 2002.
26. Пратканис Э. Р. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения повседневное использование и злоупотребление. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК :НеваМ. :ОЛМА-Пресс, 2002.
27. Расторгуев С. П. Философия информационной войны. – М., 2001.
28. Расторгуев С. П. Информационная война. Проблемы и модели. - М.: Гелиос АРВ, 2006.
29. Сапунов В. И. Зарубежные информационные агентства. – СПб. Изд-во Михайлова В. А., 2006.
30. Социальная организация производства новостей и представления журналистов. 2006.
31. Телевизионная журналистика. - М. Изд-во Моск. ун-та, 2005.
32. Уайт, Т. Производство эфирных новостей. - М.: ГИТР, 2007.
33. Цвик, В. Л. Телевизионные новости России. - М. Аспект Пресс, 2002.
34. Цвик, В. Л. Телевизионная служба новостей. - М. ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
35. Цуладзе, А. М. Политические манипуляции, или Покорение толпы. - М.: Книжный дом "Университет", 1999.
36. Шостак М.И. Журналист и его произведение. – М.: Гендальф, 1998.
37. Эко У. О прессе. / В кн.: Пять эссе на темы этики. – СПб., 1998.

Книги на иностранных языках

1. Aamidor A., Kuypers J.A., Wiesinger S. Media smackdown: deconstructing the news and the future of journalism / Abe Aamidor, Jim A. Kuypers, and Susan Wiesinger. - New York : Peter Lang, 2013.
2. Agenda setting in a 2.0 world : new agendas in communication / edited by Thomas J. Johnson. - New York ; Abingdon, Oxon : Routledge, 2013.
3. Biedrzycki, David. Breaking news **:** bear alert. - Watertown, MA : Charlesbridge, 2014.
4. Grabe M. E., Bucy E. P. Image bite politics: news and the visual framing of elections. 2009.
5. De Botton, Alain. The news : a user’s manual /. - New York : Pantheon Books, 2014.

6. Hartley J. Understanding News. – London – N.Y.: Routledge, 1982.
7. Madianou M. Mediating the nation: news, audiences and the politics of identity. 2005.
8. Mass media / Margaret Haerens and Lynn M. Zott, book editors. - Detroit : Greenhaven Press, 2014.
9. Meyers M. African American women in the news: gender, race, and class in journalism. 2013.
10. News and sexuality : media portraits of diversity / edited by Laura Castañeda and Shannon B. Campbell. 2006.
11. O'Flynn C. News where you are: a novel. 2010.
12. Propaganda. / Ed. by Jackall R. – New York University Press, 1995.
13. Tester K. Media, Culture and Morality. – London – N.Y.: Routledge, 1994.