ЛАБОРАТОРНО-ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 2

1. Информационное пространство (понятие, структура, свойства, субъекты деятельности)
2. Анализ медиа-пространства Волгограда (печатные издание, радио, телевидение, он-лайн пресса и информационные агентства).
3. Информационное пространство организации (любая организация из собственного опыта).
4. Информационное пространство личности (на своем примере).

Рекомендуемая литература:

1.Манойло А.В. Государственная информационная политика в особых условиях, М.: Мифи, 2003 (евартист.народ.ру)

2.Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М.: Аспект-Пресс, 2004.

3.Фомин Ю.А. Человечество в XXI веке. М.: "СИНТЕГ", 2001.

4.Шкондин М.В. Средства массовой информации как коммуникативная и информационно-производящая система. М., 2002.