

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра журналистики



УТВЕРЖДАЮ:

проректор по научно-методической
и учебной работе

Е.И. Скафа

«23» апреля 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Освещение конфликтов СМИ»

Направление подготовки:	42.03.04 Телевидение
Образовательная программа:	бакалавриат
Квалификация:	академический бакалавр
Форма обучения:	очная, заочная

Донецк 2020

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. декана филологического факультета

Квашина Л. П.

ДОНЕЦКИЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

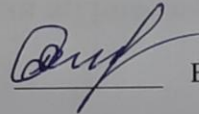
«22» апреля 2020 г.

МП

Программа учебной дисциплины «Освещение конфликтов СМИ» составлена на основании Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ГОС ВПО) Донецкой Народной Республики (ДНР) по направлению подготовки 42.03.04 Телевидение, утвержденного приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики № 386 от 19.04.2016 г., Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утвержденного приказом Министерством образования и науки ДНР № 1171 от «10» ноября 2017 г.; учебных планов по направлению подготовки 42.03.04 Телевидение (формы обучения: очная и заочная), разработанных в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

Разработчик:

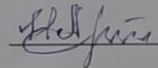
ассистент кафедры журналистики



Е. В. Михнова

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры журналистики
Протокол № 9 от «16» апреля 2020 г.

Заведующая кафедрой

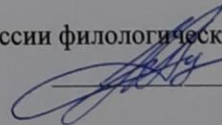


И. М. Артамонова

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией
филологического факультета

Протокол № 9 от «20» апреля 2020 г.

Председатель учебно-методической комиссии филологического факультета



Н. А. Шокотко

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

«Освещение конфликтов в СМИ» является базовой дисциплиной профессионального блока подготовки специализированных кадров, которая соотносится с основными принципами государственного образовательного стандарта (ГОС ВПО); является обязательной при реализации основных образовательных программ подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.04 «Телевидение».

Данный курс рассматривает основные вопросы истории, теории и практики освещения конфликтов на телевидении.

Студенты изучают природу конфликтов, получают теоретические знания о современных тенденциях освещения конфликтных ситуаций в СМИ, практически знакомятся с принципами подачи информации о конфликтующих сторонах, применяют теоретические знания на практике, создавая собственные видеосюжеты, анализируя готовый медиа продукт.

Освоение дисциплины «Освещение конфликтов в СМИ» является необходимой составляющей в процессе подготовки профессиональных кадров.

Знания, полученные в ходе изучения дисциплины «Освещение конфликтов в СМИ», являются необходимыми для дальнейшего углубленного изучения конфликтологии, экстремальной журналистики, социальных и политических конфликтов, осмысления особенностей работы с участниками конфликтов, дальнейшей профессиональной и творческой ориентации студентов, участия в профессионально-творческих практикумах, прохождения производственной практики и, как результат, осознанного выбора своей будущей сферы деятельности в области конфликтной и социальной журналистики. Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Характеристика учебной дисциплины</i>		
Направление подготовки	42.03.04 «Телевидение»	
Профиль		
Образовательная программа	бакалавриат	
Квалификация	Академический бакалавр	
Количество содержательных модулей	2 содержательных модуля, 18 тем	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Базовая часть. Профессиональный блок.	
Формы контроля (МК, экзамен, зачет)	<i>текущий (модульный контроль) промежуточная аттестация (экзамен)</i>	
Показатели	очная форма обучения	заочная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	4	4
Год подготовки	3	3
Семестр	5	5
Количество часов	144	144
- лекционных	36	6
- практических, семинарских	36	8
- лабораторных	-	-
- самостоятельной работы	72	130
в т.ч. индивидуальное задание	-	-
Недельное количество часов,	8	-
в т.ч. аудиторных	4	-

3. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель – сформировать у студентов представление о различных моделях освещения социальных, политических и военных конфликтов в СМИ, о социальных последствиях той или иной модели освещения конфликтов, о причинах и средствах регулирования медийных конфликтов.

Задачи:

1. – усвоение основных теоретических знаний о природе конфликтов;
2. – анализ конфликта и мира с использованием различных методологических и теоретических подходов;
3. – умение выявлять элементы конфликтов и мира, определять детерминирующие факторы и закономерности конфликтного и мирного взаимодействия;
4. – умение анализировать природу и взаимосвязь социальных конфликтов и освещения их в СМИ;
5. – усвоение этапов, методов и технологий выхода из конфликтной ситуации.

Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВПО по данному направлению подготовки 42.03.04 «Телевидение»:

а) общекультурных (ОК):

- 1) владеть культурой мышления, обладать способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения – ОК – 1;
- 2) обладать способностью понимать значение культуры как формы человеческого существования и руководствоваться в своей деятельности современными принципами толерантности, диалога и сотрудничества – ОК – 3;
- 3) обладать способностью логически верно строить устную и письменную речь – ОК – 6;
- 4) быть готовым к взаимодействию с коллегами, к работе в коллективе – ОК – 7;
- 5) использовать навыки публичной речи, ведения дискуссии и полемики – ОК – 16.

б) общепрофессиональных (ОПК):

- 1) способностью применять знания специфики, истории и перспектив развития телевидения как одного из средств современной коммуникации и как особого вида искусства в широком гуманитарном и культурном контексте, особенностей и специфики тележурналистики (новостной, проблемно-аналитической, исследовательской, художественно-публицистической) – ОПК – 1;
- 2) способностью применять знания о процессе создания и распространения различных продуктов телепроизводства как многоаспектной индивидуальной и коллективной деятельности – ОПК – 3;
- 3) знать основные принципы разработки концепции медиапроекта (программы, рубрики), в том числе моделирования и дизайна, а также методов их анализа и коррекции, видов планирования в СМИ – ОПК – 15;
- 4) знать основы публичных отношений в сфере СМИ, а также основы рекламной деятельности в СМИ (содержательный, правовой и экономический аспекты) – ОПК – 23.

в) профессиональных (ПК):

в области телевизионной прикладной деятельности:

- 1) способностью создавать, редактировать, трансформировать и оценивать текстовый, аудио-, видео- или интернет-материал, предназначенный для телевещания и распространения в средствах массовой информации, приводить его в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми на телевидении и в средствах массовой информации разных типов – ПК – 1;
- 2) способностью обеспечивать в качестве продюсера необходимые финансово-экономические, административные, рекламные и культурно-конъюнктурные условия для создания и распространения различных продуктов телепроизводства – ПК – 5;

редакторская деятельность:

- 1) осуществлять селекцию, редактирование, компоновку, перепакетирование и ретрансляцию информации, получаемой из Интернета или поступающей от информационных агентств, других СМИ, органов управления, служб изучения общественного мнения, PR- и рекламных агентств, аудитории – ПК – 14;

организационно-управленческая деятельность:

- 1) обеспечивать (в соответствии с должностными обязанностями) продвижение медиапродукта на информационный рынок, его информационно-рекламную поддержку – ПК – 20;

социально-организаторская деятельность:

- 1) организовывать интерактивное общение со своей аудиторией в разных формах, устанавливать информационно-коммуникативные связи, используя различные медийные средств и новейшие информационные технологии – ПК – 26;
- 2) участвовать в обеспечении общественного резонанса передач – ПК – 27;

Знать:

- эволюцию научных представлений о сущности и тенденциях развития коммуникационных процессов в медийном пространстве;
- конструктивные модели освещения СМИ конфликтных ситуаций;
- основные инструменты анализа и регулирования конфликтных ситуаций в социуме;
- особенности развития медийного конфликта в Республике, России и за рубежом.

Уметь:

- определять и описывать категории и элементы медийного конфликта;
- раскрывать и объяснять содержание и смысл собственно конфликтологического подхода к анализу деятельности СМИ;
- выявлять сущность и содержание данной дисциплины, роль и место медийного конфликта в общей теории и практике социальных конфликтов;
- критически анализировать различные теории коммуникаций;
- объяснять взаимосвязь и взаимозависимость конфликта, освещения конфликтом СМИ, последствия различных моделей освещения конфликтов.

Владеть:

- методологическими принципами анализа деятельности СМИ в области освещения социальных конфликтов;
- терминологическим аппаратом данной дисциплины;
- навыками выступления перед аудиторией.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Порядковый номер и тема	Краткое содержание темы
Содержательный модуль I	
Тема 1. Основные теоретические подходы к анализу массовых коммуникаций	Основные теории массовой коммуникации. Человеко-ориентированный подход и медиа-ориентированный подход. Теория унифицированных последствий. Теория социального научения. Теория культивирования. Теория социализации. Теория навязывания повестки дня. Когнитивная теория.
Тема 2. Отличительные черты и воздействие СМИ на аудиторию. Информационные конфликты.	Отличительные черты средств массовой информации. Воздействие СМИ на аудиторию. Сила и эффективность воздействия различных СМИ. Результаты воздействия СМИ. Информационные конфликты.

Тема 3. Модели освещения конфликтов средствами массовой информации	СМИ в конфликтной ситуации. Матрица функционирования СМИ в конфликтной ситуации. Четыре идеально-типические модели поведения масс-медиа в конфликтном поле. Идеальная модель освещения конфликтов. Реальная модель освещения конфликтов в СМИ.
Тема 4. Стереотипы и методы манипулирования в освещении конфликтов средствами массовой информации	Стереотипы в СМИ. Понятие стереотип. Последствия использования стереотипов СМИ в процессе освещения конфликтов. Методы манипулирования СМИ. Мягкий и жесткий язык вражды.
Тема 5. Методы исследования СМИ	История исследования СМИ. Основные методы сбора информации в социально-гуманитарных исследованиях СМИ.
Тема 6. Освещение в СМИ различных конфликтов	Освещение в СМИ различных конфликтов. Особенности освещения в СМИ вооруженных конфликтов.
Тема 7. СМИ и политические конфликты	Социальные медиа. «Новые медиа» как способ социально-психологического давления. Гибридный характер политических конфликтов в СМИ.
Тема 8. Освещение этнонациональных конфликтов	Роль и значимость СМИ в разрешении межэтнических конфликтов. Проблемы освещения межнациональных конфликтов.
Тема 9. Освещение конфессиональных конфликтов в СМИ	Пресса и религиозные конфликты. Природа происхождения. Журналистская небрежность.
Содержательный модуль 2	
Тема 10. Опыт освещения в СМИ различных конфликтов. Российский и зарубежный опыт	Журналист на задании: модели поведения. Управление или эскалация конфликта. Смещение социальной проблематики и этнической риторики.
Тема 11. Освещение вооруженных конфликтов в СМИ	Экипировка. Источники информации и проблема доступа к ним. Организация деятельности СМИ в «горячих точках».
Тема 12. Взаимодействие журналиста с участниками и свидетелями событий, связанных с ведение вооруженного конфликта	Понятие «презумпция невиновности» (недопустимые формулировки в журналистских текстах). Особенности общения и взаимодействия с пострадавшими, военнослужащими и т. д.
Тема 13. Этические принципы журналиста, работающего в экстремальных условиях	Этические принципы деятельности журналистов в зонах боевых действий. «Травмогенность» освещения СМИ событий в зоне ведения боевых действий.

Тема 14. Медиапространство как территория угроз	Геополитическое понимание медиапространства. Социальный подход. Экология медиапространства. Инфоэкологическая политика
Тема 15. Информационная война: понятие, содержание и основные формы проявления	Информация как воплощение угрозы и манипуляции. Информационное противоборство как один из аспектов гибридной войны. Способы и инструменты воздействия на аудиторию.
Тема 16. Фейковые новости в современной журналистике	Фейки как новая форма пропаганды. Распознавать фейк: критерии, способы, свойства. Фейки как элемент информационного противостояния.
Тема 17. Освещение вооруженного конфликта в Сирии	Угроза мирового терроризма. Невыполнение сторонами норм международного гуманитарного права. Захваты и убийства военных корреспондентов. Особенности фриланса, чем опасна данная тенденция.
Тема 18. Влияние журналистской деятельности на динамику вооруженных конфликтов	Факторы, влияющие на динамику вооруженных конфликтов при осуществлении журналистской деятельности. Социально-психологические закономерности (этнические и социальные стереотипы) как факторы эскалации конфликтов. Позитивный потенциал прессы в разрешении вооруженного противостояния.

Тематический план

Содержательный модуль 1													
Названия содержательных модулей и тем		Количество часов											
		Очная форма обучения						Заочная форма обучения					
		всего	в т.ч.					всего	в т.ч.				
			лекции	практические	лабораторные	самостоятель- ная работа индивидуаль- ная	а		лекции	практические	лабораторные	самостоятель- ная работа индивидуаль- ная	а
Тема 1.	Основные	8	2	2		4		8	1	0		7	

теоретические подходы к анализу массовых коммуникаций												
Тема 2. Отличительные черты и воздействие СМИ на аудиторию. Информационные конфликты.	8	2	2		4		7	0	0		7	
Тема 3. Модели освещения конфликтов средствами массовой информации	8	2	2		4		8	1	0		7	
Тема 4. Стереотипы и методы манипулирования в освещении конфликтов средствами массовой информации	8	2	2		4		8	0	1		7	
Тема 5. Методы исследования СМИ	8	2	2		4		7	0	0		7	
Тема 6. Освещение в СМИ различных конфликтов	8	2	2		4		8	1	0		7	
Тема 7. СМИ и политические конфликты	8	2	2		4		8	0	1		7	
Тема 8. Освещение этнонациональных конфликтов	8	2	2		4		8	0	1		7	
Тема 9. Освещение конфессиональных конфликтов в СМИ	8	2	2		4		8	0	1		7	
Итого по содержательному модулю 1	72	18	18		36		70	3	4		63	

Содержательный модуль 2												
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения					
	всего	в т.ч.					всего	в т.ч.				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятель- ная работа	индивидуаль- ная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятель- ная работа	индивидуаль- ная работа
Тема 10. Опыт освещения в СМИ различных конфликтов. Российский и	8	2	2		4		9	1	1		7	

зарубежный опыт												
Тема 11. Освещение вооруженных конфликтов в СМИ	8	2	2		4		8	0	1		7	
Тема 12. Взаимодействие журналиста с участниками и свидетелями событий, связанных с ведение вооруженного конфликта	8	2	2		4		8	0	1		7	
Тема 13. Этические принципы журналиста, работающего в экстремальных условиях	8	2	2		4		7	0	0		7	
Тема 14. Медиапространство как территория угроз	8	2	2		4		7	0	0		7	
Тема 15. Информационная война: понятие, содержание и основные формы проявления	8	2	2		4		9	0	1		8	
Тема 16. Фейковые новости в современной журналистике	8	2	2		4		9	1	0		8	
Тема 17. Освещение вооруженного конфликта в Сирии	8	2	2		4		9	1	0		8	
Тема 18. Влияние журналистской деятельности на динамику вооруженных конфликтов	8	2	2		4		8	0	0		8	
Итого по содержательному модулю 2	72	18	18		36		74	3	4		67	
ИТОГО	144	36	36		72		144	6	8		130	

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЛЕКЦИОННЫХ, ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

Темы лекционных занятий

<i>№ п/п</i>	<i>Название темы</i>	<i>Количество часов</i>
1	Основные теории массовой коммуникации. Человеко-ориентированный подход и медиа-ориентированный подход. Теория унифицированных последствий. Теория социального научения. Теория культивирования. Теория социализации. Теория навязывания повестки дня. Когнитивная теория.	2
2	Отличительные черты средств массовой информации. Воздействие СМИ на аудиторию. Сила и эффективность воздействия различных СМИ. Результаты воздействия СМИ. Информационные конфликты.	2
3	СМИ в конфликтной ситуации. Матрица функционирования СМИ в конфликтной ситуации. Четыре идеально-типические модели поведения масс-медиа в конфликтном поле. Идеальная модель освещения конфликтов. Реальная модель освещения конфликтов в СМИ.	2
4	Стереотипы в СМИ. Понятие стереотип. Последствия использования стереотипов СМИ в процессе освещения конфликтов. Методы манипулирования СМИ. Мягкий и жесткий язык вражды.	2
5	История исследования СМИ. Основные методы сбора информации в социально-гуманитарных исследованиях СМИ.	2
6	Освещение в СМИ различных конфликтов. Особенности освещения в СМИ вооруженных конфликтов.	2
7	Социальные медиа. «Новые медиа» как способ социально-психологического давления. Гибридный характер политических конфликтов в СМИ.	2
8	Роль и значимость СМИ в разрешении межэтнических конфликтов. Проблемы освещения межнациональных конфликтов.	2
9	Пресса и религиозные конфликты. Природа происхождения. Журналистская небрежность.	2
10	Журналист на задании: модели поведения. Управление или эскалация конфликта. Смешение социальной проблематики и этнической риторики.	2
11	Экипировка. Источники информации и проблема доступа к ним.	2

	Организация деятельности СМИ в «горячих точках».	
12	Понятие «презумпция невиновности» (недопустимые формулировки в журналистских текстах). Особенности общения и взаимодействия с пострадавшими, военнослужащими и т. д.	2
13	Этические принципы деятельности журналистов в зонах боевых действий. «Травмогенность» освещения СМИ событий в зоне ведения боевых действий.	2
14	Геополитическое понимание медиапространства. Социальный подход. Экология медиапространства. Инфоэкологическая политика	2
15	Информация как воплощение угрозы и манипуляции. Информационное противоборство как один из аспектов гибридной войны. Способы и инструменты воздействия на аудиторию.	2
16	Фейки как новая форма пропаганды. Распознавать фейк: критерии, способы, свойства. Фейки как элемент информационного противостояния.	2
17	Угроза мирового терроризма. Невыполнение сторонами норм международного гуманитарного права. Захваты и убийства военных корреспондентов. Особенности фриланса, чем опасна данная тенденция.	2
18	Факторы, влияющие на динамику вооруженных конфликтов при осуществлении журналистской деятельности. Социально-психологические закономерности (этнические и социальные стереотипы) как факторы эскалации конфликтов. Позитивный потенциал прессы в разрешении вооруженного противостояния.	2
	ВСЕГО	36

Темы семинарских занятий

Семинарских занятий по дисциплине «Освещение конфликтов в СМИ» учебным планом не предусмотрено.

Темы лабораторных занятий

Лабораторных занятий по дисциплине «Освещение конфликтов в СМИ» учебным планом не предусмотрено.

Темы практических занятий

Очная форма обучения:

№ п/п	Название темы	Количество часов
1.	Основные теории массовой коммуникации. Человеко-ориентированный подход. Теория унифицированных последствий.	2
2.	Теория навязывания повестки дня. Когнитивная теория.	2
3.	Модель триада взаимного детерминирования Бандуры. Методика	2

	определения профиля насилия.	
4.	СМИ в конфликтной ситуации	2
5.	Матрица функционирования СМИ в конфликтной ситуации	2
6.	Информационная война	4
7.	СМИ в социальном конфликте: зеркало или участок.	2
8.	Стереотипы в СМИ. Понятие стереотип.	2
9.	Методы манипулирования СМИ	2
10.	Язык вражды. Мягкий и жесткий язык вражды.	2
11.	Освещение СМИ различных конфликтов. Особенности освещения вооруженных конфликтов	2
12.	Освещение межнациональных конфликтов	4
13.	Освещение конфессиональных конфликтов	2
14.	Влияние журналистской деятельности на динамику вооруженных конфликтов	4
15.	Позитивный потенциал прессы	2
16.	ВСЕГО	36

Заочная форма обучения:

№ п/п	Название темы	Количество часов
1.	Основные теории массовой коммуникации. Человеко-ориентированный подход. Теория унифицированных последствий.	2
2.	СМИ в конфликтной ситуации	2
3.	Матрица функционирования СМИ в конфликтной ситуации	2
4.	Информационная война	2
5.	СМИ в социальном конфликте: зеркало или участок.	2
6.	Влияние журналистской деятельности на динамику вооруженных конфликтов	4
	ВСЕГО	8

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Значительная роль в освоении дисциплины «Реклама на телевидении» отводится самостоятельной работе студентов. Освоение теоретических навыков дисциплины по данному курсу осуществляется с привлечением рекомендуемых источников и материалов, а также интернет-ресурсов. Выполнение письменных и творческих заданий направлено на формирование у студентов образного мышления, творческого почерка и индивидуального стиля.

Самостоятельно выполненный анализ просмотренных видеосюжетов, разработанный собственный сценарий видеосюжета расширяют рамки постижения профессии студентами.

На самостоятельную работу отводится 72 часов (очная форма обучения) и 130 часов (заочная форма обучения), в объеме которых студентам помимо изучения предложенного

списка литературы предлагается выполнить следующие задания:

№ п / п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Тема 1. СМИ и СМК: определение, виды, функции	4	7
2	Тема 2. Основные теоретические подходы к анализу массовых коммуникаций	4	7
3	Тема 3. Отличительные черты и воздействие СМИ на аудиторию	4	7
4	Тема 4. Информационные конфликты	4	7
5	Тема 5. Модели освещения конфликтов СМИ	4	7
6	Тема 6. Стереотипы и методы манипулирования в освещении конфликтов средствами массовой информации	4	7
7	Тема 7. Методы исследования СМИ	4	7
8	Тема 8. Освещение в СМИ различных конфликтов	4	7
9	Тема 9. Освещение вооруженных конфликтов	4	7
10	Тема 10. Угроза мирового терроризма	4	7
11	Тема 11. Опасность фриланса при освещении вооруженного конфликта	4	7
12	Тема 12. Правила поведения в зоне ведения боевых действий	4	7
13	Тема 13. Методика определения профиля насилия	4	7
14	Тема 14. Освещение межнациональных конфликтов	4	7
15	Тема 15. Освещение межконфессиональных конфликтов	4	8
16	Тема 16. Информационное противоборство	4	8
17	Тема 17. Влияние на динамику вооруженного конфликта в результате осуществления журналистской деятельности	4	8
18	Тема 18. Потенциал прессы в разрешении конфликтов	4	8
	Итого	72	130

7. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Индивидуальных заданий по дисциплине «Освещение конфликтов в СМИ» учебным планом не предусмотрено.

8. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Теоретические задания

1. Влияние журналистской деятельности на динамику вооруженного конфликта. Позитивный потенциал прессы.
2. Методы исследования СМИ.
3. Модели освещения конфликтов СМИ.
4. Информационные конфликты.
5. Стереотипы и методы манипулирования в СМИ.

Практические задания

1. Подготовка сценария к видеосюжету на заданную тему.
2. Создание видеоролика на заданную тему.

9. ОБРАЗЕЦ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет филологический

Направление подготовки: 42.03.04 «Телевидение»

Профиль:

Программа подготовки: **бакалавриат**

Семестр V

Учебная дисциплина «Освещение конфликтов в СМИ»

МОДУЛЬНАЯ КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА ВАРИАНТ №1

Задание 1. Стереотипы и методы манипулирования в освещении конфликтов в СМИ. Приведите примеры методов манипулирования.

Задание 2. Информационные конфликты.

Задание 3. Практическое задание

1. Подготовка сценария к видеосюжету на заданную тему.

Утверждено на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой
Преподаватель

Критерии оценивания модульного контроля

<i>Номер задания</i>	<i>Количество баллов</i>
Задание 1	2,5
Задание 2	2,5
Задание 3	5
Всего	10

10. ОБРАЗЕЦ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

Теоретические вопросы к экзамену

Теоретические вопросы к экзамену

1. Влияние журналистской деятельности на динамику вооруженного конфликта. Позитивный потенциал прессы.
2. Методы исследования СМИ.
3. Модели освещения конфликтов СМИ.
4. Информационные конфликты.
5. Стереотипы и методы манипулирования в СМИ.
6. Массовая коммуникация. Соотношение понятий СМИ и СМК.
7. Человеко-ориентированный и медиа-ориентированный подходы в понимании воздействия СМИ. Теория унифицированных последствий.
8. Теория социального научения и теория культивирования.
9. Теория использования и удовлетворения и теория социализации.
10. Теория установления (навязывания) повестки и когнитивная (конструктивистская) теория СМИ.

11. Медиатизация как характеристика современных массовых коммуникаций.
12. Основные этапы в истории исследований СМИ.
13. Медиапсихология и ее возможности в урегулировании конфликтов.
14. Особенности и методы индустриальных исследований СМИ. Методы и методики специальных исследований СМИ.
15. Качественные и количественные разновидности опросов в исследованиях СМИ. Количественные методы исследования СМИ как текста.
16. Функции и классификация СМИ.
17. Отличительные черты СМИ. Воздействие СМИ как одна из черт. Результаты воздействия СМИ.
18. Сущность и методы информационной войны.

Практическое задание:

1. Подготовка сценария к видеосюжету на заданную тему.

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет филологический

Направление подготовки: **42.03.04 «Телевидение»**

Профиль: -

Программа подготовки: *бакалавриат*

Семестр **V**

Учебная дисциплина «Освещение конфликтов в СМИ»

БИЛЕТ №1

1. Стереотипы и методы манипулирования в освещении конфликтов в СМИ. Приведите примеры методов манипулирования.
2. Медиапсихология и ее возможности в урегулировании конфликтов.
3. Подготовка сценария к видеосюжету на заданную тему («Переговоры в Минске. Новые обстрелы Донбасса»).

Утверждено на заседании кафедры журналистики
протокол №__ от «__» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой
Экзаменатор

_____ И.М. Артамонова
_____ Т. В. Гудова

Критерии оценивания экзамена

Номер задания	Количество баллов
Вопрос 1	10
Вопрос 2	10
Вопрос 3	20
Всего	40 баллов

11. ОБРАЗЕЦ ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ

1. Какие фразы недопустимо использовать в журналистских текстах, учитывая принцип «презумпции невиновности»?
 - а) силовые структуры не справляются со своей работой;

- б) террористы захватили школу;
 в) во время ДТП пострадал парень. В происшествии виновна Новикова Виктория;
 г) в этой ситуации власти бессильны.
2. Какой из факторов журналистской деятельности влияет на динамику вооруженного конфликта?
 а) данные о потерях;
 б) тесное знакомство с представителями силовых структур;
 в) интервью с террористами.
3. Какие из перечисленных факторов усиливают эффект травмогенности?
 а) героизация противника;
 б) акцентирование внимания на невосполнимости утраты;
 в) демонстрация проблемы как решаемой.

12. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

*Распределение баллов, которые могут получить студенты
в процессе изучения дисциплины*

Организационно-учебная работа студента	СРС			Всего
	Индивидуальная работа	Модульный контроль	Индивидуальная творческая работа	
Max 50 баллов	Не предусмотрена	max 10 баллов	Не предусмотрена	60 баллов

Шкала соответствия баллов национальной шкале

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале (экзамен, дифференцированный зачет)	Оценка по государственной шкале (зачет)
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

13. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Лекционные занятия проводятся в аудитории, оснащенной мультимедийной техникой и доской.

- Оборудованная аудитория для проведения лекционных занятий;
- Рабочие места для студентов в соответствии с их количеством;
- Ноутбук, видеопроектор, колонки, 2 микрофона, 2 диктофона, телекамера;
- Компьютерный класс, оборудованный необходимыми для проведения лабораторных занятий программами;
- Библиотечные фонды.

14. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

№ п/п	Наименование	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС
<i>Основная литература</i>			
1.	Анатомия рекламного образа /под общ. ред. А.В. Овруцкого. – СПб: Питер, 2004 – 224 с.	2	+
2.	Борисов, Б.Л. Технология рекламы и PR: Учебное пособие /Б.Л. Борисов. –М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001 – 624 с.	0	+
3.	Бужин, В. Н. Медиапланирование для практиков / В. Н. Бужин, Т. С. Бузина. - М.: Вершина, 2006. - 448 с.	3	+
4.	Валладарес, Д. А. Ремесло копирайтинга / Дж.А. Валладарес; [пер. с англ. под ред. С. Жильцова]. - СПб. и др.: Питер, 2005. - 270 с.	2	+
5.	Васильев, Г.А., Поляков, В.А. Основы рекламной деятельности: учеб. пособие для вузов /Г.А. Васильев, В.А. Поляков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004 – 414 с.	18	+
6.	Головко, Б. Н. Теория и практика фоторекламы: учеб. пособие / Бориэль Головко. - СПб: Изд-во Михайлова В.А., 2005. - 316 с.	8	+
7.	Головлева, Е. Л. Основы рекламы: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. 350700 - Реклама / Е. Л. Головлева. - М.: Моск. гуманит. ин-т; Ростов н/Д.: Феникс, 2004. - 314,[2] с.	3	+
<i>Дополнительная литература</i>			
8.	Акша, Р. Создание эффективной рекламы /Р. Акша.– М.: ООО «Вершина», 2003 – 272 с.	0	+
9.	Алдер Х. НЛП: современные психотехнологии /Х. Алдер. – М.: «Интек-ТЕХ», 1993 – 238 с.	0	+
10.	Бедулин, Ю.Н. Технология эффективных продаж рекламы в газеты /Ю.Н. Бедулин. – СПб: Питер, 2001 – 400 с.	0	+
11.	Блум, Г. Психоаналитические теории личности / Г. Блум. – М.: КСП., 1996 –214 с.	0	+
12.	Браун, К. Практическое пособие по стимулированию сбыта /К. Браун; пер. с англ. – М.: Консалтинговая группа "ИМИДЖ-Контакт": ИНФРА-М, 2003 – 382 с.	0	+
13.	Викентьев, И.Л. Приемы и рекламы и PABLIC RELATIONS. Программы-консультанты: 400 приемов, 200 учебных задач, 20 Практических приложений /И.Л. Викентьев. – СПб: Консалтинговая фирма "ТРИЗ-ШАНС", 2004, 380 с.	0	+
14.	Владимирская, А., Владимирский, П. Нестандартный учебник по рекламе. Рекламные игры для взрослых/ А. Владимирская, П. Владимирский. - Ростов н/Д: Феникс, 2004 – 320 с.	0	+
15.	Гарфилд, Б. Десять заповедей рекламы: пер. с англ. /Б.	0	+

	Гарфилд. – СПб: Питер, 2006 – 256 с.		
16.	Гермогенова, Л.Ю. Эффективная реклама в России: Практика и рекомендации/ Гермогенова Л.Ю. – М.: ЮНИТИ, 1994 – 252 с.	0	+
17.	Головлева, Е.Л. Торговая марка: Теория и практика управления: учеб. пособие /Е.Л. Головлева. – М.: Аспект Пресс, 2005 – 159 с.	0	+
18.	Гольман, И.А. Рекламная деятельность: Планирование. Технологии. Организация / И.А. Гольман; 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Гелла-принт, 2002 – 400 с.	0	+
19.	Гуревич, П.С. Психология рекламы /П.С. Гуревич: учебник для студентов вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005 – 287 с.	3	+
20.	Денисон, Делл, Тоби, Линда. Учебник по рекламе: как стать известным, не тратя деньги на рекламу /Делл Денисон, Линда Тоби.; пер. с польск. – Минск: «Современное слово», 1997 – 320 с.	0	+
21.	Джулер Джером, А., Дрюниани Л., Бонни. Креативные стратегии в рекламе /А. Джером Джулер, Бонни Л. Дрюниани; пер. с англ. Т. Виноградова; под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2003 – 384 с.	2	+
22.	Евстафьев, В. А. Что, где и как рекламировать: Практические советы / В. А. Евстафьев, В. Н. Ясонов. - М. [и др.]: Питер, 2005. - 430 с.	2	+

15. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

ГТРК Россия - www.rutv.ru

Право и СМИ - www.medialaw.ru

ТК НТВ - www.ntv.ru

ТК Первый канал - www.1tv.ru

ТК Пятый канал - www.5-tv.ru

ТК ТВЦ - www.tvc.ru

16. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614);
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919);
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений);
4. Лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения: FreeLab, Scilab, R Studio, Python, Eclipse, Free Pascal, Tries Mode, Prolog, Антивирус Касперского, Linux Fedora, Libre Office, Adobe Acrobat Reader, xPDF, Blender, КОМПАС-3D LT, Paint.NET, Gimp.

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры журналистики с изменениями (без изменений) на 20____ год.

Протокол № ____ от «_____» _____ 20____ г.

Заведующий кафедрой

_____ И.М. Артамонова