

ГОУ ВПО РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ

Составлен в соответствии с государственными требованиями к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по направлению «Журналистика» и Положением «Об УМКД РАУ».



2023

Институт: Медиа, рекламы и кино

Кафедра: Журналистики

Автор(ы): к.флг.н., доцент Алесян М.В.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплина: Б1.В.ДВ.04.01 Медиаграмотность и работа с источниками в Сети

Направление: 42.04.02 Журналистика

Образовательная программа: Политическая, экономическая и социальная журналистика

ЕРЕВАН

Аннотация

Краткое содержание

Медиаобразование и медиаграмотность – важнейшая часть жизни современного общества, в котором медиа понимается как «общественное благо» и институт для развития граждан. Предлагаемая дисциплина представляет собой экспериментальный курс, позволяющий познакомить магистрантов не только с основами медиаграмотности в целом как важнейшего феномена современной информационной культуры, но и одним из его наиболее новых направлений, активно разрабатываемом на факультете и пока что мало известном в стране, – новостной грамотностью. Курс нацелен на преподавание важнейших постулатов ответственного отношения к информации, предлагаемой современными СМИ, на воспитание грамотного потребителя продукции медиа в целом и журналистской новости, в частности.

Цель освоения дисциплины

- Овладение базовыми навыками качественной интерпретации медиасообщений.
- Изучение методов деконструкции новостных материалов современных СМИ.
- Изучение основных понятий и ведущих компонентов феномена медиаграмотности; факторов, влияющих на ее становление; «зон риска» современных медиа.
- Знакомство со специфическими характеристиками новостных материалов, отличающими их от материалов других типов современной журналистики, рекламы, PR, пропаганды и иных элементов информационного пространства.

- Овладение методиками оценки источников новостей.

Планируемые результаты обучения

- Разбирается в логике смены форматов.
- Различает сферы «политического» и «политики».
- Называет основные тренды политической документалистики.
- Считывает приемы и антиприемы.
- Различает понятия «история», «современность» в медиааспекте.
- Называет мультимедийные методы актуализации прошлого и понимает зависимость подачи исторического материала от актуального концепта.
- Выделяет корректные способы диалогического взаимодействия со зрителем.
- Понимает связь между культурной тематикой и политическим контекстом.
- Считывает приемы подмены научно-популярного знания псевдонаучной подменой.
- Называет основные определения, концепции, подходы медиаграмотности.

- Называет имена, даты, концепции медиаграмотности.
- Ориентируется в ведущих механизмах формирования новостной повестки дня.
- Выделяет специфические характеристики новостных материалов, отличающих их от материалов других
- Анализирует новостные материалы различных СМИ.
- Различает методики манипуляции в визуальных материалах.

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

1.1.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды учебной работы	Всего, в акад. часах
1. Общая трудоемкость изучения дисциплины по семестрам, в т. ч.:	72
1.1. Аудиторные занятия, в т. ч.:	18
1.1.1. Лекции	18
1.1.2. Практические занятия, в т. ч.	
1.1.2.1. Обсуждение прикладных проектов	
1.1.2.2. Кейсы	
1.1.2.3. Деловые игры, тренинги	
1.1.2.4. Контрольные работы	
1.1.2.5. Другое (указать) Контроль	
1.1.3. Семинары	
1.1.4. Лабораторные работы	
1.1.5. Другие виды (указать)	
1.2. Самостоятельная работа, в т. ч.:	54
1.2.1. Подготовка к экзаменам	
1.2.2. Другие виды самостоятельной работы, в т.ч. (указать)	
1.2.2.1. Письменные домашние задания	
1.2.2.2. Курсовые работы	
1.2.2.3. Эссе и рефераты	
1.2.2.4. Другое (указать)	
1.3. Консультации	
1.4. Другие методы и формы занятий	
Итоговый контроль (экзамен, зачет, диф. зачет - указать)	зачет

Содержание учебной дисциплины

- Цивилизация оптических медиа, проблема объективности, фактор массового воздействия визуализированного высказывания.

История формирования оптических медиа. Надежды на отход от субъективного отражения реальности за счет победы технологий ее фиксации и трансляции без участия человека. Путь от камеры обскура до диска Нипкова. Роль Первой мировой войны в переподчинении визуального изображения задачам военной пропаганды. Появление фактора массовости, иллюзорности, монтажа, постановочной съемки. Рождение задачи медиаграмотности.

- Основные теоретические понятия. Формирование приемов визуальной пропаганды в 20-м веке.

Понятие приема в визуальных искусствах. Автоматизация и деавтоматизация приема. Понятие идеологической рамки, проблема конвертации любого содержания в любую форму как явление 21-го века. Остренение (остранение) приема. Пародия как метод борьбы с автоматизацией приемов тоталитарной пропаганды методами киноискусства. «Великий диктатор» Ч. Чаплина. Наследие формалистов и теория медиаграмотности. Наследие структуралистов и теория медиаграмотности.

- Смена формата подачи информации в общенациональных политических телепроектах.

Образ, функция и мера субъективности телеведущего на американском (У. Кронкайт), советском (И. Кириллов и программа «Время»), познесоветском («Взгляд»), раннем постсоветском (разные версии «Намедни» Л. Парфенова), современном ТВ («Прожекторперисхилтон», «Реп-инфо» и др.). Проблема формирования и считывания кодов подачи информации.

- Визуализация политики в современной кинодокументалистике и проблема медиаграмотности.

Особенности работы с темами, предполагающими политическую ангажированность автора и его аудитории. Понятие ангажированности. Монтажные приемы. От документальности к жизнеподобию: подмена тезиса. Идеологизированность и пропаганда: общее и различное. Обозначение авторской позиции как прием и как конвенция. Формы обозначения авторской позиции. Сравнительный анализ фильмов «Зима, уходи», «Марш, марш левой», «Срок».

- Визуализация истории.

Граница между историей и современностью с точки зрения медиа. Актуализация прошлого. Отказ от обобщений, новый концепт старой истории – показ не через государство, а через человека. Новая конструкция старых съемок (проект «Апокалипсис»). Путь Л. Парфенова от постмодерна в отношении истории («Намедни. Наша эра») к постромантическому пафосу утраты («Цвет нации»). Использование традиционных приемов визуализации истории в проектах Ю. Дудя о Колыме и Беслане.

- Визуализация книги, музыки, музея и проблема медиаграмотности.

Политический подтекст в гуманитарных проектах: «Литературный квартет» Б. Пиво и «Диктант» и «Апостроф»/«Культурный бульон» Б. Пиво. Литература в контексте послевоенной «политики покаяния», французский язык в контексте утраты имперского наследия, понятие «превращенной формы» высказывания. Утрата интереса к теме как симптом политического выздоровления vs симптом культурной деградации.

- Наука, научно-популярные проекты и проблема медиаграмотности.

История визуализации науки на советском телевидении. Развлекательное vs научное в программе «Очевидное-невероятное» С. Капицы. Детский тележурнал «Хочу всё знать». Исчезновение и возвращение данных проектов в постперестройку: смена формата или смена ценностной установки на просвещение? Проект «Галилео»: от потребления готовой информации к соучастию.

- Медиаграмотность: сущность, основные понятия, проблемы формирования

Подходы к пониманию феномена медиаграмотности. Ключевые элементы медийной грамотности. Факторы, влияющие на становление данного типа компетенций. Основные риски современной медиасреды. Медиакультура и медиатехнологии. Способы оценки медийной грамотности.

- Новости в социуме: историческая ретроспектива

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 распространения 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.

- Новость в современном коммуникационном пространстве

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.

- Новости в социуме: закономерности производства, распространения и потребления 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.

- Новость и ее «соседи» по медиапространству (проблема идентификации новостного сообщения)

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?

- Журналистика новостей и журналистика мнений

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

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.

- Проблема правдивости и достоверности новостных сообщений

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

- Методики оценки источников информации

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.

- Способы анализа, декодирования и деконструкции новостных сообщений современных СМИ

Новостная грамотность как ключ к качественной интерпретации и оценке новостных сообщений СМИ. Контекст, в котором живет новость. Схема анализа новостного материала. Основные этапы деконструкции новости. Специфика применения методики деконструкции к новостям различных СМИ.

- Власть визуального имиджа и методы деконструкции телевизионных новостных материалов

Плюсы и минусы телевидения как источника новостной информации. Специфика телевизионных новостей. Визуальный образ новости и его возможности. Матрица деконструкции 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.

- Специфика деконструкции сообщений новых медиа

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

Методическая база

Список литературы

Рекомендуемая основная литература

- Амиров В.М. - Деловая журналистика: учебное пособие - Издательство "ФЛИНТА" - 2018 - 100с. - ISBN: 978-5-9765-3483-4 - Текст электронный // ЭБС ЛАНЬ - URL: <https://e.lanbook.com/book/105141>
- История отечественного и зарубежного телевидения : учеб. пособие для вузов, Голядкин, Н. А., 2004
- Кирия И.В., Новикова А.А. - История и теория медиа - Издательский дом Высшей школы экономики - 2017 - 423с. - ISBN: 978-5-7598-1188-6 - Текст электронный // ЭБС ЛАНЬ - URL: <https://e.lanbook.com/book/100133>
- Тertyчный А.А. - Аналитическая журналистика: учеб. пособие для студентов вузов - Издательство "Аспект Пресс" - 2013 - 352с. - ISBN:

978–5–7567–0555–3 - Текст электронный // ЭБС ЛАНЬ - URL:
<https://e.lanbook.com/book/68845>

Рекомендуемая дополнительная литература

- Калмыков, А.А. Интернет-журналистика: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 «Журналистика» / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 383 с. — (Серия «Медиаобразование»). - ISBN 978-5-238-00771-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1028746>
- Муратов С. А. - ТЕЛЕВИЗИОННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА. ТЕЛЕВИДЕНИЕ В ПОИСКАХ ТЕЛЕВИДЕНИЯ 3-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов - М.:Издательство Юрайт - 2019 - 240с. - ISBN: 978-5-534-06810-8 - Текст электронный // ЭБС ЮРАЙТ - URL: <https://urait.ru/book/televizionnaya-zhurnalistika-televidenie-v-poiskah-televideniya-434634>