



**Ошский государственный университет
Колледж международных образовательных
программ
Отделение «Переводческое дело:
восточные языки»**

**Учебно-методический комплекс
по дисциплине
"Медиаграмотность"**

на 2022-2023-учебный год

Специальность: 050720 «Переводческое дело»

Квалификация: переводчик

Форма обучения: очная

Содержание учебно-методического комплекса

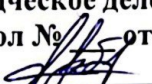
I. Аннотация дисциплины.....	3
II. Рабочая программа дисциплины.....	4
1. Цель изучения дисциплины.....	5
2. Результаты обучения и компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины.....	5
3. Место дисциплины в структуре ОПОП.....	6
4. Карта компетенций дисциплины в разрезе тем.....	7
5. Технологическая карта дисциплины	7
6. Карта накопления баллов по дисциплине	7
7. Тематический план дисциплины.....	7
8. Программа дисциплины.....	8
8. Цели и результаты обучения тем дисциплины.....	9
10. Календарно-тематический план распределения часов дисциплины по видам занятий.....	18
11. Образовательные технологии.....	30
12. Учебно-методическое обеспечение курса.....	30
13. Политика выставления баллов.....	31
III. Силлабус.....	33
V. Фонд оценочных средств.....	53
VI. Глоссарий.....	60


**Аннотация дисциплины
«Медиаграмотность»
050720 - Переводческое дело**

Краткое содержание дисциплины	Дисциплины «Медиаграмотность» является элективным курсом математическо-естественно научного цикла учебного плана и разработана для студентов 2 курса (9 база) по специальности «Переводческое дело» среднего профессионального образования. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 60 часов (2 кредита). Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (12 часов), семинарские занятия (18 часов), самостоятельная работа студента (30 часов). Содержание курса предусматривает формирования у студентов компетенций, тематически связанных с информацией (как общекультурных, так и профессиональных), поскольку в современном обществе (информационном по своей природе) умение работать с информацией, безусловно, относится к базовым навыкам, от уровня владения которыми зависит успешность человека в жизни. Предлагаемый курс учит использовать навыки критического мышления для того, чтобы отличать новостной текст от рекламы и пропаганды, оценивать источники информации по степени их надежности и авторитетности, понимать разницу между фактом и мнением, отбирать качественные новости среди «информационного мусора». Дисциплина готовит грамотного потребителя информации СМИ, из каких бы источников она ни исходила – пресса, радио, телевидение, сеть Интернет.
Код дисциплины	СПО 2.4
Цели освоения дисциплины	<p>Цель дисциплины: формирование у студентов полноценного восприятия и развития способностей к осмысленному критическому анализу медиатекстов; повышение уровня медиаграмотности, медиакомпетентности и способности противостоять манипуляционным технологиям массмедиа.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – обеспечение адекватного восприятия медиатекстов как продуктов человеческой деятельности, понимания механизмов их возникновения и тиражирования, их критической оценки и квалифицированного суждения о них; – обучение способам декодирования медиатекстов и постоянному наблюдению за характером функционирования в обществе средств массовой информации и коммуникации (как системы, так и ее отдельных предприятий), ориентации в них в целях их осознанного выбора и потребления; – формирование критической автономии студентов; защита их от некачественного контента в СМИ.
Результаты обучения	РО-1, РО-4
Формируемые компетенции	ОК-1, ОК-10, ДК-7



**Ошский государственный университет
Колледж международных
образовательных программ
Отделение «Переводческое дело:
восточные языки»**

«УТВЕРЖДЕНО»
на заседании отделения
«Переводческое дело: восточные языки»
Протокол № _____ от « ____ » _____ 2022 г.
Зав.отд.  Таштанова Ж.А.

«СОГЛАСОВАНО»
Председатель УМС КМОП
 Ташматова Г.Т.
« 5 » 09 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ
"Медиаграмотность"**

Специальность - 050720 Переводческое дело.
Квалификация – переводчик.
Форма обучения - очная
Отчетность – экзамен.
Модуль – 1, 2.

Наименование дисциплины	Количество часов					Отчетность
	Всего	Аудиторные занятия			СРС	
		Ауд. зан.	Лекция	Семинар		3-сем, 5-сем.
«Медиаграмотность»	60 ч. (2 кр.)	30 ч.	12 ч.	18 ч.	30 ч.	Экз.
2-курс – 4 сем.	60 ч.	30 ч.	12 ч.	18 ч.	30 ч.	Экз.

Рабочая программа составлена на основании ОПОП, утвержденного Педагогическим советом КМОП (Протокол №1 от 25 августа 2022 г.).

Автор составитель: к.п.н. М.Дж.Султанбаева

Ош-2022

1. Цель изучения дисциплины.

Цель дисциплины – формирование у студентов полноценного восприятия и развития способностей к осмысленному критическому анализу медиатекстов; повышение уровня медиаграмотности, медиакомпетентности и способности противостоять манипуляционным технологиям массмедиа.

Задачи дисциплины:

- обеспечение адекватного восприятия медиатекстов как продуктов человеческой деятельности, понимания механизмов их возникновения и тиражирования, их критической оценки и квалифицированного суждения о них;
- обучение способам декодирования медиатекстов и постоянному наблюдению за характером функционирования в обществе средств массовой информации и коммуникации (как системы, так и ее отдельных предприятий), ориентации в них в целях их осознанного выбора и потребления;
- формирование критической автономии студентов; защита их от некачественного контента в СМИ;
- освоение студентами процесса создания медиатекстов на основе участия в медиаобразовательных проектах разной степени масштабности;
- формирование адекватных ценностных и мировоззренческих ориентаций относительно демократических общественных институтов, конституционных прав человека, общечеловеческих ценностей (свободы слова и мысли, неприятия неравенства и угнетения, в том числе информационного, и т.д.); противодействие негативистским тенденциям в молодежной среде, формирование навыков полезного досуга.

2. Результаты обучения и компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины.

Код РО ОПОП и его формулировка	Компетенции ОПОП и их формулировка	Код РО дисциплины и его формулировка
РО-1 Применение стилистических, страноведческих, грамматических, фонетических знаний для ведения межкультурной коммуникации.	ОК-4 Осуществлять поиск, интерпретацию и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Знает и понимает: – особенности системного и критического мышления и демонстрировать готовность к нему. Умеет: – анализировать, оценивать источники информации; – аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации. Владеет: – навыками сопоставления разных источников информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений; – навыками определения практических последствий предложенного решения задачи.

<p>РО 3 Организует информационно -поисковую деятельность, использует виды, приемы и технологии перевода, осуществляет первичную оценку документов, обрабатывает кыргызские, русские, иноязычные тексты.</p>	<p>ОК-10 Способен воспринимать, обобщать и анализировать информацию, ставить цели и выбирать пути её достижения.</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять и сформулировать информационные потребности; найти и получить доступ к информации; - оценивать, систематизировать и использовать информацию с соблюдением этических норм; - трансформировать и передавать информацию на разных платформах. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять и сформулировать информационные потребности оценить информацию; - найти и получить доступ к информации, систематизировать информацию; - использовать информацию с соблюдением этических норм. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы с ИКТ для обработки информации; - способностью культурой мышления, восприятию, обобщению и анализу информации.
--	---	---

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплин «Медиаграмотность» является элективным курсом математическо-естественно научного цикла учебного плана и разработана для студентов 2 курса (9 база) по специальности «Переводческое дело» среднего профессионального образования. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 60 часов (2 кредита). Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (12 часов), семинарские занятия (18 часов), самостоятельная работа студента (30 часов). Содержание курса предусматривает формирования у студентов компетенций, тематически связанных с информацией (как общекультурных, так и профессиональных), поскольку в современном обществе (информационном по своей природе) умение работать с информацией, безусловно, относится к базовым навыкам, от уровня владения которыми зависит успешность человека в жизни. Предлагаемый курс учит использовать навыки критического мышления для того, чтобы отличать новостной текст от рекламы и пропаганды, оценивать источники информации по степени их надежности и авторитетности, понимать разницу между фактом и мнением, отбирать качественные новости среди «информационного мусора». Дисциплина готовит грамотного потребителя информации СМИ, из каких бы источников она ни исходила – пресса, радио, телевидение, сеть Интернет.

Пререквизиты: Информатика, Страноведение.

Постреквизиты: Практикум по культуре речевого общения, Культура изучаемой страны.

4. Карта компетенций дисциплины «Теория и практика межкультурной коммуникации».

Темы	Компетенции			Кол-во компет.
	ОК-4	ОК-10		
1. Медиаграмотность (МГ): понятия и компетенции.	+			2
2. Тренды развития медиа.	+			2
3. Медиаполе: структура и влияние.	+	+		2
4. Пропаганда: виды и механизмы.	+	+		2
5. Технологии отбора и фальсификации новостей.	+	+		2
6. Технологии подачи новостей.	+	+		2
7. Создание новостей: авторские и информационные жанры.	+	+		2
8. Стандарты информации и саморегулирование в медиа-среде.	+	+		2
9. Фото и видео журналистика.	+	+		2
10. Социальные медиа.	+	+		2
11. Язык вражды и дискриминация в СМИ.	+	+		2
12. Медиагигиена.	+	+		2

5. Технологическая карта дисциплины «Медиаграмотность».

Модули	Ауд.	СРС	Лекции		Семинары		СРС		РК	ИК	Баллы
			Час.	Балл.	Час.	Баллы	Час.	Балл.			
I	15	15	6	10	9	Ср. балл 10	15	10	10		30
II	15	15	6	10	9	Ср. балл 10	15	10	10		30
ИК										40 б.	40
Всего:	30 ч.	30 ч.	12 ч.	20 б.	18 ч.	20 б.	30 ч.	20 б.	20 б.	40 б.	100 б.
	60 ч.										

6. Карта накопления баллов по дисциплине «Медиаграмотность».

	Модуль 1 (30 б.)										Модуль 2 (30 б.)										Итог. Конт
	ТК1			ТК2			ТК3			РК 1	ТК1			ТК2			ТК3			РК 2	
	л	с	срс	л	с	срс	л	с	срс		л	с	срс	л	с	срс	л	с	срс		
	-	3	3	-	3	4	-	3	4	10	-	3	3	-	3	4	-	3	4	10	
Баллы	Ср. балл 6			Ср. балл 7			Ср. балл 7			10 б.	Ср.балл 6			Ср. балл 7			Ср. балл 7			10 б.	40 б.
	Темы 1-2			Темы 3-4			Темы -5-6				Темы 7-8			Темы 9-10			Темы 11-12				

7. Тематический план распределения часов по видам занятий

№ темы	Наименование разделов дисциплины	Всего	Аудитор. занятия	СРС	Образовательные технологии	Оценочные средства

			Лекции	Семинар.			
I-модуль							
1.	Медиаграмотность (МГ): понятия и компетенции.	3	1	-	2	ЛД, ЛБ, МШ	Мини-исследов.
2.	Тренды развития медиа.	3	1	-	2	ЛД, МШ, Пр, ТЗ	Реферат
3.	Медиаполе: структура и влияние.	5	1	2	2	ЛБ, Пр, МГ	Мини-исследование
4.	Пропаганда: виды и механизмы.	5	1	2	2	ЛВЗ, СБ	Доклад, презентация
5.	Технологии отбора и фальсификации новостей.	7	1	2	3	ЛБ, МШ	Доклад
6.	Технологии подачи новостей.	7	1	2	3	ЛД, ПР, МШ, ДИ	Презентация (схема, анализ коммуникаций)
7.	Создание новостей: авторские и информационные жанры.	7	1	2	3	ЛД, ДИ, РИ, МШ	Сообщение (доклад)
8.	Стандарты информации и саморегулирование в медиасреде.	6	1	2	3	ЛД, ЛБ, МШ	Презентация
9.	Фото и видео журналистика.	4	1	2	2	ЛД, ЛБ, МШ, Д	Видео и фото материалы.
10.	Социальные медиа.	3	1	2	3	Д, МШ, Пр	Мини-исследование (на примере анализа информации в социальных сетях).
11.	Язык вражды и дискриминация в СМИ.	3	1	1	3	Пр, МГ, Д	Мини-исследование, презентация
12.	Медиагигиена. Социальные сети. Троллинг и буллинг. Правила медиагигиены.	3	1	1	2	МГ, СБ, Пр.	Провести мини исследование анализ безопасности персональных данных в меди пространстве.
	Итого:	60	12	18	30		

8. Разделы курса, темы, их краткое содержание

Тема 1. Медиаграмотность (МГ): понятия и компетенции. Информационная и медийная грамотность. Демократический дискурс и СМИ. Компетенции ИМГ (по системе ЮНЕСКО).

Тема 2. Тренды развития медиа. Эпоха постправды и СМИ. Новые медиа, новые форматы (лонгриды, инфографика, дронажурналистика). Конвергенция медиа и тренды медиабизнеса.

Тема 3. Медианполе: структура и влияние. Медианполе, источники информации. Критическое мышление. Информирование и пропаганда (различение новостей и мнений, фактов и комментариев).

Тема 4. Пропаганда: виды и механизмы. Виды пропаганды: PR, реклама, идеология. Механизмы пропаганды. Государственная пропаганда.

Тема 5. Технологии отбора и фальсификации новостей. Технология выбора новостей: контроль, аудитория. Теория повестки дня. Фейки: кто создает ложные новости и почему.

Тема 6. Технологии подачи новостей. Уровни восприятия новостей. Заголовок, правила оформления новостей. Медиабизнес: как это работает.

новостей: авторские и информационные жанры. Точность, объективность и ясность. Авторские жанры: редакционные статьи, колонки. Информационные жанры: интервью, репортаж.

Тема 8. Стандарты информации и саморегулирование в медиасреде. Стандарты информации. Саморегулирование в журналистской среде. Методы оценки качества информации.

Тема 9. Фото и видео журналистика. Эффект и значение фотографии и видео. Фотография и фотошоп, видео и видеоредакторы. Правила использования фотографий, видеоматериалов.

Тема 10. Социальные медиа. Принципы социальных сетей. Распространение подделок в социальных сетях. Этические правила в сетях.

Тема 11. Язык вражды и дискриминация в СМИ. Информационные войны, гендер и дискриминация. Технология языка вражды, появление и распространение стереотипов. Маркеры разжигания ненависти и дискриминации в СМИ.

Тема 12. Медиагигиена. Информационные вызовы и угрозы. Персональная и общественная медиагигиена. Правила информационной безопасности. Социальные сети. Троллинг и буллинг. Правила медиагигиены.

9. Цели и результаты обучения по темам дисциплины

Тема 1. Медиаграмотность (МГ): понятия и компетенции.	
Компет.	ОК-4 Осуществлять поиск, интерпретацию и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
Род	<p>Знает и понимает:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности системного и критического мышления и демонстрировать готовность к нему. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать, оценивать источники информации; – аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками сопоставления разных источников информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений; – навыками определения практических последствий предложенного решения задачи.
Цели темы	Познакомить с целями и задачами курса «Медиаграмотность»; раскрыть понятия «медиа», «коммуникация», «информация».

РО темы (РОт)	Лек.	1 ч.	Знает и понимает: - цели и задачи курса; - основные понятия курса.
	СРС	2 ч.	Умеет: - сравнивать виды средств массовой информации и коммуникации. Владеет: - навыками анализировать медиа в современной жизни; - навыками критического анализа и восприятия СМИ.
Тема 2. Тренды развития медиа.			
Компет.	ОК-10 Способен воспринимать, обобщать и анализировать информацию, ставить цели и выбирать пути её достижения.		
РОд	Знает: - оценивать, систематизировать и использовать информацию с соблюдением этических норм. Умеет: – определять и сформулировать информационные потребности оценить информацию; - найти и получить доступ к информации, систематизировать информацию; Владеет: - способностью культурой мышления, восприятию, обобщению и анализу информации.		
Цели темы	Определить роль медиа в современной жизни общества и научить критическому анализу информации		
РО темы (РОт)	Лек.	1 ч.	Знает и понимает: - значение медиа и медиа информация в современной жизни общества
	СРС	2 ч.	Умеет: - характеризовать современное общество как информационное и медиатизированное; - определить, сформулировать и оценить информационные потребности общества. Владеет: - способностью критического анализа информации.
Тема 3. Медиаполе: структура и влияние.			
Компет.	ОК-4 Осуществлять поиск, интерпретацию и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.		
РОд	Знает и понимает: – особенности системного и критического мышления и демонстрировать готовность к нему. Умеет: – анализировать, оценивать источники информации; – аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации. Владеет: – навыками сопоставления разных источников информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений; – навыками определения практических последствий предложенного решения задачи.		
Цели темы	Познакомить с понятием медиаопле, с различными источниками информации.		

РО темы (РОт)	Лек.	1 ч.	Знает и понимает: - функции массмедиа, разные модели массмедиа; законы регулирующие СМИ; особенности функционирования массмедиа в стране и мире в современную эпоху.
	Сем.	2 ч.	Умеет: - анализировать различные источники информации и критически их оценивать Владеет: - способностью провести критический анализ информации и подготовить доклад на основе мини-исследования.
	СРС	2 ч.	Умеет: - сравнивать и анализировать источники информации Владеет: - способность проводить мини-исследование.
Тема 4. Пропаганда: виды и механизмы.			
Компет.	ОК-4 Осуществлять поиск, интерпретацию и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.		
РОд	Знает и понимает: – особенности системного и критического мышления и демонстрировать готовность к нему. Умеет: – анализировать, оценивать источники информации; – аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации. Владеет: – навыками сопоставления разных источников информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений; – навыками определения практических последствий предложенного решения задачи.		
Цели темы	Познакомить с видами пропаганды и механизмами пропаганды.		
РО темы (РОт)	Лек.	1 ч.	Знает и понимает: - виды и механизмы пропаганды
	Сем.	2 ч.	Умеет: - анализировать виды пропаганды и способы их передачи. Владеет: - способностью классифицировать пропаганду в соответствии с источником и природой сообщения и подготовить аналитический доклад.
	СРС	2 ч.	Умеет: - провести сравнительный анализ видов и механизмов пропаганды; - критические белую, черную и серую пропаганду. Владеет: - подготовить аналитический обзор видов пропаганды и механизмы их подачи.
Тема 5. Технологии отбора и фальсификации новостей.			
Компет.	ОК-10 Способен воспринимать, обобщать и анализировать информацию, ставить цели и выбирать пути её достижения.		
РОд	Знает: - оценивать, систематизировать и использовать информацию с соблюдением		

	этических норм. Умеет: – определять и сформулировать информационные потребности оценить информацию; - найти и получить доступ к информации, систематизировать информацию; Владеет: - способностью культурой мышления, восприятию, обобщению и анализу информации.		
Цели темы	Ознакомить как отбираются новости, с законы функционирования и влияние информационного пространства ан аудиторию; дать определение «теории «установочной роли» или «повестки дня» (agenda setting) и с ответить на вопрос: что такое «фейки: кто создает ложные новости и почему».		
РО темы (РОт)	Лек.	1 ч.	Знает и понимает: - поиск и информирование новости; - что такое гейткипинг (Gatekeeping); - «теории «установочной роли» или «повестки дня» (agenda setting).
	Сем.	1 ч.	Умеет: - проводить анализ отбора новости; - сравнивать новостное пространство и влияние их на аудиторию. Владеет: - способностью анализировать новости и влияние их на аудиторию; - способностью выделять объективные новости от фейков.
	СРС	3 ч.	Умеет: - поиск информации; - определять гейткипинг (Gatekeeping) и «теории «установочной роли» или «повестки дня» (agenda setting). Владеет: - способностью изучать новости и сравнивать новости и выделять объективные новости от фейков.
Тема 6. Технологии подачи новостей.			
Компет.	ОК-4 Осуществлять поиск, интерпретацию и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.		
РОд	Знает и понимает: – особенности системного и критического мышления и демонстрировать готовность к нему. Умеет: – анализировать, оценивать источники информации; – аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации. Владеет: – навыками сопоставления разных источников информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений; – навыками определения практических последствий предложенного решения задачи.		
Цели темы	Изучить и научить технологии подачи новостей; научить, как воспринимать уровни восприятия новостей; определить заголовок, правила оформления новостей; дать определение, что такое «медиабизнес» и как это работает.		
РО темы	Лек.	1 ч.	Знает и понимает:

(РОт)			- технологии подачи новостей, уровни восприятия новостей, медиа-бизнес и как это работает.
	Сем.	2 ч.	Умеет: - определять технологии подачи, уровни восприятия новостей; - анализировать заголовки, правила оформления новостей; - определять медиабизнес и как это работает. Владеет: - способность анализировать новости, правила оформления новостей и медиа-бизнес.
	СРС	3 ч.	Умеет: - провести сравнительный анализ технологии подачи новостей и правила их оформления; - определить медиабизнес. Владеет: - способностью подготовить презентация по технологии подачи новостей.
Тема 7. Создание новостей: авторские и информационные жанры			
Компет.	ОК-10 Способен воспринимать, обобщать и анализировать информацию, ставить цели и выбирать пути её достижения.		
РОд	Знает: - оценивать, систематизировать и использовать информацию с соблюдением этических норм. Умеет: – определять и сформулировать информационные потребности оценить информацию; - найти и получить доступ к информации, систематизировать информацию; Владеет: - способностью культурой мышления, восприятию, обобщению и анализу информации.		
Цели темы	Дать знания об авторских новостях и информационными жанрами; определить точность, объективность и ясность новостей и информации; познакомить с авторскими жанрами: редакционные статьи, колонки; информационными жанрами: интервью, репортаж.		
РО темы (РОт)	Лек.	1 ч.	Знает и понимает: - авторские новости, информационные жанры.
	Сем.	2 ч.	Умеет: - анализировать авторские новости и информационные жанры; - определить точность, объективность и ясность новостей и информации. Владеет: - способностью подготовить авторскую новость, информацию.
	СРС	3 ч.	Умеет: - различать авторские новости и информационные жанры. Владеет: - способностью подготовить авторскую новость, информацию.
Тема 8. Стандарты информации и саморегулирование в медиа- среде			
Компет.	ОК-4 Осуществлять поиск, интерпретацию и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.		
РОд	Знает и понимает: – особенности системного и критического мышления и демонстрировать готовность к нему.		

	<p>Умеет: – анализировать, оценивать источники информации; – аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации.</p> <p>Владеет: – навыками сопоставления разных источников информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений; – навыками определения практических последствий предложенного решения задачи.</p>		
Цели темы	Познакомить со стандартами информации и с саморегулированием в медиасреде; научить методами оценки качества информации.		
РО темы (РОт)	Лек.	1 ч.	Знает и понимает: - стандарты информации и методы качества информации.
	Сем.	2 ч.	Умеет: - анализировать стандарты информации и критического осмысления медиасреды и качества информации. Владеет: - способностью критического анализа медиасреды и качества информации
	СРС	3 ч.	Умеет: - проводить сопоставительный анализ стандартов информации и качество информации. Владеет: - способность подготовить презентацию по стандартам информации, медиасреды и качества информации.
Тема 9. Фото и видео журналистика			
Компет.	ОК-10 Способен воспринимать, обобщать и анализировать информацию, ставить цели и выбирать пути её достижения.		
РОд	<p>Знает: - оценивать, систематизировать и использовать информацию с соблюдением этических норм.</p> <p>Умеет: – определять и сформулировать информационные потребности оценить информацию; - найти и получить доступ к информации, систематизировать информацию;</p> <p>Владеет: - способностью культурой мышления, восприятию, обобщению и анализу информации.</p>		
Цели темы	Познакомить с фото и видео журналистикой; определить эффективностью и значением фотографии и видео; определить значение фотографии и фотошоп, видео и видеоредакторы и правилами использования фотографий, видеоматериалов.		
РО темы (РОт)	Лек.	1 ч.	Знает и понимает: - фото и видео журналистику; - значение фотографии и фотошоп, видео и видеоредакторы и правила их использования.
	Сем.	2 ч.	Умеет: - разбираться в фото и видео журналистике; - способностью подготовки фотографии, фотошоп; - снимать видео и пользоваться с видеоредакторами. Владеет: - способностью подготовить видео и фото материалы и

			редактировать их.
	СРС	2 ч.	Умеет: - подготовить видео и фото материалы; - сделать фотошоп и редактировать видео материалы. Владеет: - подготовить видео и фото материалы.
Тема 10. Социальные медиа.			
Компет.	ОК-10 Способен воспринимать, обобщать и анализировать информацию, ставить цели и выбирать пути её достижения.		
РОд	Знает: - оценивать, систематизировать и использовать информацию с соблюдением этических норм. Умеет: – определять и сформулировать информационные потребности оценить информацию; - найти и получить доступ к информации, систематизировать информацию; Владеет: - способностью культурой мышления, восприятию, обобщению и анализу информации.		
Цели темы	Познакомить с социальными медиа, основными принципами социальных сетей, научить умению определять распространения подделок в социальных сетях и научить этическим правилам в сетях.		
РО темы (РОт)	Лек.	1 ч.	Знает и понимает: - социальные медиа, основные принципы социальных сетей; - определять распространение подделок в социальных сетях; - этические правила в социальных сетях.
	Сем.	2 ч.	Умеет: - пользоваться социальными сетями; - отличать правдивую информацию от подделок и фейков. - этическими правилами поведения в социальных сетях. Владеет: - способностью социальными сетями опираюсь на принципы и этические правила в социальных сетях.
	СРС	3 ч.	Умеет: - сравнивать информацию в социальных сетях; - отличать фейки от правдивой информации. Владеет: - способность подготовить на примере анализа, полученной информации в социальных сетях.
Тема 11. Язык вражды и дискриминация в СМИ.			
Компет.	ОК-10 Способен воспринимать, обобщать и анализировать информацию, ставить цели и выбирать пути её достижения.		
РОд	Знает: - оценивать, систематизировать и использовать информацию с соблюдением этических норм. Умеет: – определять и сформулировать информационные потребности оценить информацию; - найти и получить доступ к информации, систематизировать информацию; Владеет: - способностью культурой мышления, восприятию, обобщению и анализу информации.		

Цели темы	Дать определение информационным войнам, понятию гендер и дискриминация в медиа пространстве; объяснить технологию языка вражды, появлению и распространению стереотипов, а также маркеры разжигания ненависти и дискриминации в СМИ.		
РО темы (РОт)	Лек.	1 ч.	Знает и понимает: - информационные войны, гендер и дискриминацию в медиа пространстве, технологии языка вражды, появление и распространение стереотипов, маркеры разжигания ненависти и дискриминации в СМИ.
	Сем.	1 ч.	Умеет: - анализировать информационные войны и дискриминации в медиа пространстве, технологии языка вражды, появление и распространение стереотипов; - определять маркеры разжигания ненависти и дискриминации в СМИ. Владеет: - навыками определения и анализа информационных войн и дискриминации в медиа пространстве; - способностью исследовать технологии языка вражды, появление и распространение стереотипов, маркеры разжигания ненависти и дискриминации в СМИ.
	СРС	2 ч.	Умеет: - провести сравнительный анализ и определить язык вражды и дискриминации в медиа пространстве. Владеет: - подготовить презентацию на тему «Технологии языка вражды, появление и распространение стереотипов, маркеры разжигания ненависти и дискриминации в СМИ» с использованием интернет ресурсов.
Тема 12. Медиагигиена. Информационные вызовы и угрозы.			
Компет.	ОК-4 Осуществлять поиск, интерпретацию и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.		
РОд	Знает и понимает: – особенности системного и критического мышления и демонстрировать готовность к нему. Умеет: – анализировать, оценивать источники информации; – аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации. Владеет: – навыками сопоставления разных источников информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений; – навыками определения практических последствий предложенного решения задачи.		
Цели темы	Научить медиагигиене, улучшения информационную экосистему, осознанно работать над своим медиа потреблением и информационным правилам безопасности персональных данных.		
РО темы (РОт)	Сем.	1 ч.	Знает и понимает: - медиа гигиену, информационную безопасность и защиты персональных данных. Умеет:

			<p>- работать над своим медиа потреблением и информационным правилам безопасности персональных данных.</p> <p>Владеет:</p> <p>- провести исследование, что связано с приватностью, личными данными человека, доступом к его банковским счетам, личной информации.</p>
	СРС	2 ч.	<p>Умеет:</p> <p>- проводить медиа гигиену и анализировать личное медиа пространство и защищать персональные данные.</p> <p>Владеет:</p> <p>- провести мини исследование на тему: «Медиа гигиена и защита персональных данных в информационном пространстве»</p>

10. Календарно-тематический план распределения часов дисциплины по видам занятий.

№ и название темы	Лекции		Семинары		СРС				Лит-ра	Срок сдачи
	(часы), вопросы	б	(часы), вопросы	б	Задания	час	Формы контр.	б		
Модуль 1.										
Тема 1. Медиаграмотность (МИГ): понятия и компетенции.	<p><i>План: (2 ч.)</i></p> <p>1. Медиаграмотность (МИГ): понятия и компетенции.</p> <p>2 Информационная и медийная грамотность.</p> <p>3. Демократический дискурс и СМИ.</p> <p>4. Компетенции ИМГ (по системе ЮНЕСКО).</p> <p><i>Контрольные вопросы:</i></p> <p>1. Что такое медиаинформационная грамотность?</p> <p>2. В чем заключается компетенции МИГ по системе ЮНЕСКО?</p> <p>3. Определите демократический дискурс и СМИ?</p> <p><i>Методы:</i> ЛБ, ЛВ, МШ.</p>		<p><i>Вопросы: (1 ч.)</i></p> <p>1. Что такое медиаинформационная грамотность?</p> <p>2. В чем заключается компетенции МИГ по системе ЮНЕСКО?</p> <p>3. Определите демократический дискурс и СМИ?</p> <p><i>Методы:</i> МШ, АД, Д.</p>		1. Проведите мини-исследование: «Современные медиа»	2	реферат	6	1,2,3	1-я

<p>Тема 2. Тренды развития медиа.</p>	<p><i>План: (1 ч.)</i> 1. Эпоха постправды и СМИ. 2. Новые медиа, новые форматы (лонгриды, инфографика, дроножурналистика). 3. Конвергенция медиа и тренды медиабизнеса. <i>Методы:</i> ЛД, МШ, Пр, ТЗ <i>Контрольные вопросы:</i> 1. В чем особенность современного СМИ? 2. Что такое лонгриды, иконографика и дроножурналистика? 3. Сравните стриминг — (англ. Streaming), лайв-стриминг и в чем их особенность? 4. Как можно пользоваться дроножурналистикой?</p>	6	<p><i>Вопросы: (1 ч.)</i> В чем особенность современного СМИ? 2. Что такое лонгриды, иконографика и дроножурналистика? 3. Сравните стриминг — (англ. Streaming), лайв-стриминг и в чем их особенность? 4. Как можно пользоваться дроножурналистикой? <i>Методы: МШ, АД, Д.</i></p>	7	<p>Напишите реферат на тему: «Тренды и развитие медиа»</p>	2	Реферат	6	1,2,3	1-я
--	--	---	---	---	--	---	---------	---	-------	-----

<p>Тема 3. Медиаполе: структура и влияние.</p>	<p><i>План: (1 ч.)</i> 1. Медиаполе: структура и влияние. 2. Медиаполе, источники информации. 3. Критическое мышление. 4. Информирование и пропаганда (различение новостей и мнений, фактов и комментариев). <i>Методы:</i> ЛБ, Пр, МГ <i>Контрольные вопросы:</i> 1. Что такое медиаполе, ее структура и влияние? 2. Определите источники информации? 3. Как вы выбираете источники информации? 4. Почему вас интересует тот или иной информационный канал? 4. Вы задумывались над тем, почему тот или иной канал интересен? 5. Можете ли вы критически оценить тот или информационный канал?</p>	6	<p><i>План: (1 час.)</i> 1. Дайте определение понятию медиаполе. 2. Какие источники информации и какая информация вас больше всего интересует? 3. Сравните источники информации: чем они отличаются, какая информация является актуальной? 4. Можете ли дать оценку или проанализировать различные новости, мнения, факты и комментарии? 5. Назовите самые популярные ТВ жанры среди зрителей Кыргызстана и почему они популярны? <i>Методы: МШ, АД, Д.</i></p>	6	<p>Провести мини-исследование: «ТВ жанры среди зрителей Кыргызстана»</p>	2	Мини-исследование	6	1,2,3	2-я
---	---	---	---	---	--	---	-------------------	---	-------	-----

<p>Тема 3. Медиагигиена. Социальные сети. Правила медиагигиены.</p>	<p><i>План: (1 ч.)</i> 1. Информационные вызовы и угрозы (теория). 2. Персональная и общественная медиагигиена. 3. Правила информационной безопасности. <i>Методы: ЛБ, Пр, МГ</i> <i>Контрольные вопросы:</i> 1. Зачем нужна теория при изучении информационных вызовов и угроз, которые сегодня возникают перед человеком? 2. Что такое теория вообще? Какие теории помогают объяснить природу свободы слова, функционирования медиа? 3. Каковы механизмы распространения информации? 4. Что являет собой коммуникация?</p>	6	<p><i>Вопросы: (1 ч.)</i> 1. Зачем нужна теория при изучении информационных вызовов и угроз, которые сегодня возникают перед человеком? 2. Что такое теория вообще? 3. Какие теории помогают объяснить природу свободы слова, функционирования медиа? 4. Каковы механизмы распространения информации? 5. Что являет собой коммуникация? <i>Методы: МШ, АД, Д.</i></p>	7	<p>Провести мини исследование анализ безопасности персональных данных в меди пространстве.</p>	2	Мини-исследование	7	1, 2, 3	3-я
--	---	---	---	---	--	---	-------------------	---	---------	-----

<p>Тема 4. Пропаганда: виды и механизмы.</p>	<p><i>План: (1 ч.)</i> 1. Пропаганда: виды и механизмы. 2. Виды пропаганды: PR, реклама, идеология. 3. Механизмы пропаганды. 4. Государственная пропаганда. <i>Методы:</i> ЛБ, Пр, МГ <i>Контрольные вопросы:</i> 1. Дайте определение пропаганде. 2. Какие виды пропаганды вы знаете и механизмы их распространения? 3. Сравните государственную пропаганду от социальной рекламы? 4. Как реклама манипулирует сознанием людей?</p>	6	<p><i>Вопросы: (1 ч.)</i> 1. Как возникла пропаганда? 2. Какие виды пропаганды вы знаете? 3. Какова цель пропаганды? 4. Сравните источники пропаганды и механизмы их распространения? 5. Как пропаганда воздействует на сознание людей? <i>Методы: Д, МШ, Пр.</i></p>	7	<p>Подготовьте презентацию на тему: «Как пропаганда манипулирует сознанием людей (СМИ, социальные сети и реклама).</p>	3	<p>Доклад, презентация</p>	7	1,2,3	4-я
--	--	---	---	---	--	---	----------------------------	---	-------	-----

<p>Тема 5. Технологии отбора и фальсификации новостей.</p>	<p><i>План: (1 ч.)</i> 1. Технологии отбора и фальсификации новостей. 2. Технология выбора новостей: контроль, аудитория. 3. Теория повестки дня. 4 Фейки: кто создает ложные новости и почему. <i>Методы:</i> ЛБ, Пр, МГ <i>Контрольные вопросы:</i> 1. Как создаются информационные продукты? 2. Что такое «фабрика новостей»? 3. КТО решает, ЧТО мы будем видеть в газетных и телевизионных новостях, и на основании КАКИХ критериев?</p>	6	<p><i>Вопросы: (2 ч.)</i> 1. Назовите технологии отбора новостей. 2. Как называется отбор материала редакторами? 3. Что такое правила «5W» — кто, что, когда, где и почему? Как эти правила влияют на отбор новостей? 4. Назовите 6 правил по которому информация вас может заинтересовать. <i>Методы:</i> МШ, ДИ, АТД</p>	7	<p>Подготовить доклад на тему: «Фейки: кто создает ложные новости и почему»ю</p>	3	Доклад	7	1, 2	5-я
---	--	---	---	---	--	---	--------	---	------	-----

<p>Тема 6. Технологии подачи новостей.</p>	<p><i>План: (1 ч.)</i> 1. Уровни восприятия новостей. 2. Заголовки, правила оформления новостей. 3. Медиабизнес: как это работает. <i>Методы:</i> ЛБ, Пр, МГ <i>Контрольные вопросы:</i> 1. Какие уровни восприятия новостей выделяют социологи? 2. Как влияет заголовок на подачи новости? 3. Как «убить» хорошую статью? 4. Как свести на нет часы добросовестного труда, потраченные на сбор и написание материала? 5. Как оттолкнуть читателя, который на самом деле интересуется темой? 6. Как не стать популярным интернет-ресурсом?</p>	6	<p><i>Вопросы: (2 ч.)</i> 1. Выделите уровни восприятия новостей? 2. Как правильно выбрать заголовок и оформить новости? 3. Что такое медиабизнес и как он работает? 4. Как работают интернет-ресурсы?</p> <p><i>Методы:</i> МШ, ДИ, АТД</p>	7	<p>Подготовить презентацию о медиа-ресурсах.</p>	3	Презентация	7	1,2	6-я
---	--	---	--	---	--	---	-------------	---	-----	-----

<p>Тема 7. Создание новостей: авторские и информационные жанры.</p>	<p><i>План: (1 ч.)</i> 1. Что такое новость, ее характеристики. 2. Авторские жанры: редакционные статьи, колонки. 3. Информационные жанры: интервью, репортаж <i>Методы:</i> <i>ЛБ, Пр, МГ</i> <i>Контрольные вопросы:</i> 1. Как создаются новости? 2. Что такое новость? 3. Что называют журналисты «5W»?</p>	6	<p><i>Вопросы (2 ч.)</i> 1. Дайте определение «что такое новость»? 2. Дайте характеристику новости? 3. Назовите правило «5W». 4. Назовите главные характеристики качественной новости. <i>Методы:</i> МШ, ДИ, АТД</p>	7	<p>На основе материалов СМИ подготовьте доклад (проанализируйте новостной материал).</p>	3	Доклад	7	5, 6	7-я
--	--	---	--	---	--	---	--------	---	------	-----

<p>Тема 8. Стандарты информации и саморегулирование в медиа-среде.</p>	<p><i>План: (1 ч.)</i> 1. Стандарты информации. 2. Саморегулирование в журналистской среде. 3. Методы оценки качества информации. <i>Методы: ЛБ, Пр, МГ</i> <i>Контрольные вопросы:</i> 1. Что такое стандарты информации? 2. Как действуют эти кодексы и стандарты? 3. Какова ответственность за их несоблюдение? 4. Когда был принят «Этический кодекс журналистов КР»? 5. Каким образом оценить качество информационного сообщения?</p>	6	<p><i>Вопросы: (2 ч.)</i> 1. Что такое информационные стандарты? 2. Зачем обычным пользователям информации знать о профессиональных стандартах журналистики? 3. Каковы основные стандарты информационной журналистики? 4. Зачем и кто придумал Этический кодекс журналиста? 5. Какой механизм саморегулирования в медийном сообществе? <i>Методы: МШ, ДИ, АТД, Пр.</i></p>	7	<p>Подготовить презентацию на тему: «Стандарты информации и саморегулирование в журналистской среде».</p>	3	Презентация	7	3, 4	8-я
---	--	---	--	---	---	---	-------------	---	------	-----

<p>Тема 9. Фото и видео журналистика.</p>	<p><i>План: (1 ч.)</i> 1. Эффект и значение фотографии и видео. 2. Фотография и фотошоп, видео и видеоредакторы. 3. Правила использования фотографий, видеоматериалов <i>Методы: ЛБ, Пр, МГ</i> <i>Контрольные вопросы:</i> 1. Чем отличается фото и видео материалы от текстового материала? 2. Как влияет фото и видео материалы на человека? 3. Какой эффект вызывает фото и видео материалы? 4. Как критические воспринимать информацию, а также уметь распознавать манипуляцию, на которых основываются фейки?</p>	6	<p><i>Вопросы: (2 ч.)</i> 1. В чем эффект и значение фотографии и видео в масс-медиа? 2. Как влияют фото и видео материалы на человека? 3. Какие виды фотофейков различают? 4. Как легально использовать визуальный контент при работе в сети и социальных сетях? 5. Что не требуется и что не надо делать для фотоконтента? 6. Как заимствовать чужие фото в сети и не нарушать авторские права <i>Методы: МШ, ДИ, АД, Пр.</i></p>	7	<p>Подготовить презентацию с использованием фото и видео материалов.</p>	3	Презентация	7	1, 2, 3, 4	9-я
--	--	---	--	---	--	---	-------------	---	------------	-----

<p>Тема 10. Социальные медиа.</p>	<p><i>План: (1 ч.)</i> 1. Принципы социальных сетей. 2. Распространение подделок в социальных сетях. 3. Этические правила в сетях. <i>Методы: ЛБ, Пр, МГ</i> <i>Контрольные вопросы:</i> 1. Что составляет основу социальных сетей? 2. Какими социальными сетями вы знаете? 3. В чем особенность социальных сетей? 4. Можно ли защитить личную информацию в социальных сетях? 5. Как вы проверяете информацию в социальных сетях)?</p>	6	<p><i>Вопросы: (2 ч.)</i> 1. Назовите социальные сети? 2. Какие социальные сети пользуются большей популярностью и почему? 3. Какая информация в социальных сетях считается актуальной и можно ли проверить достоверность информации? 4. Как можно защитить личную информацию в социальных сетях? 5. Какие правила необходимо соблюдать в социальных сетях. <i>Методы: МШ, ДИ, АТД, Пр.</i></p>	7	<p>Провести мини-исследование на тему: «Я в социальных сетях».</p>	3	Мини-исследование	7	1, 2, 3, 4	10-я
---	--	---	---	---	--	---	-------------------	---	------------	------

<p>Тема 11. Язык вражды и дискриминация в СМИ.</p>	<p><i>План: (1 ч.)</i> 1. Информационные войны, дискриминация. 2. Технология языка вражды, стереотипы. 3. Маркеры разжигания ненависти в СМИ. <i>Методы: ЛБ, Пр, МГ</i> <i>Контрольные вопросы:</i> 1. Что вы понимаете под термином «язык вражды»? 2. Назовите признаки языка вражды. 3. С какой целью используются язык вражды? 4. Какие виды дискриминации распространены в СМИ? 5. Несет ли ответственность за преступления, совершенные из-за ксенофобии, журналист/редактор медиа, который использует язык вражды?</p>	6	<p><i>Вопросы: (2 ч.)</i> 1. Что такое информационная война? 2. В чем особенность дискриминации в социальных сетях? 3. С какой целью используется язык вражды? 4. Как преодолеть язык вражды в информационном пространстве? 5. Чем свобода слова, свобода выражения в интернете отличается от языка вражды и почему язык вражды угрожает демократии? 5. Часто ли встречались вам медиа, использующие язык вражды? 6. Как вы думаете, такие медиа (такие материалы) имеют большее распространение в демократическом или в тоталитарном обществе? <i>Методы: МШ, ДИ, АТД, Пр.</i></p>	7	Провести мини-исследование на тему: «Язык вражды в социальных сетях»	3	Мини-исследование	7	1, 2, 3	11-я
Итого:	12 ч.	Ср.12 б.	18 ч.	Ср.14 б.		30 ч.		Ср.14 б.		

11. Образовательные технологии

При реализации программы дисциплины «История и теория международных отношений» используются различные образовательные технологии. Во время аудиторных занятий занятия проводятся в виде лекции и семинарских с использованием различных образовательных технологий как проектор подключенные к ПК, электронная доска, доска и.т.д. Самостоятельная работа студентов подразумевает работу под руководством преподавателя (консультации и проверки написании рефератов, статей, эссе, презентации).

ЛБ – лекция-беседа; МШ – мозговой штурм
ЛД – лекция-дискуссия; МД – мини-дискуссия
ЛВЗ – лекция визуализация; ПЛ – проблемная лекция
ЛКС – лекция с разбором ситуаций; СБ – семинар-беседа
ПС – проблемные семинарские занятия; Пр. – презентация и доклады
МГ – малые группы; УО – устный опрос
КР – контрольная работа; Р – реферат
Т – тесты

12. Учебно-методическое обеспечение курса

12.1. Основная литература.

1. Богданова С.В. Информационные технологии [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов высших учебных заведений/ Богданова С.В., Ермакова А.Н.— Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, Сервисшкола, 2014.— 211 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/48251.html>.— ЭБС «IPRbooks».
2. Жилавская И.В. История развития медиаобразования [Электронный ресурс]: Учебное пособие / И.В. Жилавская, Д.А. Зубрицкая. – Москва: МПГУ, 2017.
3. Жилавская И.В. Медиаповедение личности. Материалы к курсу. Учебное пособие. – Москва: РИЦ МГГУ им. М.А. Шолохова, 2012.
4. Молодежь и медиа: Цели и ценности / Сост.: Т.Н. Владимирова, И.В. Жилавская. - Москва: РИЦ МГГУ им. М. А. Шолохова, 2011
5. Ключко И.А. Информационные технологии в профессиональной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ключко И.А.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2014.— 236 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20424.html>.— ЭБС «IPRbooks»

12.2. Дополнительная литература.

1. Канивец Е.К. Информационные технологии в профессиональной деятельности [Электронный ресурс]: курс лекций/ Канивец Е.К.— Электрон. текстовые данные.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 108 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54115.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. - М., 1998.
3. Средства массовой информации и демократия. - М., 1993.
4. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. - М., 2002.

12.3. Интернет ресурсы.

1. Илларион Томаров. Как заимствовать чужие фото в сети и не нарушать авторские права – советы юриста <https://ain.ua/2015/08/21/kak-zaimstvovat-chuzhie-foto-v-seti-i-ne-narushat-avtorskie-prava-sovetny-yurista>
2. Митягин К. Г. Правовая природа страницы социальной сети <http://ipcmagazine.ru/legal-issues/the-legal-nature-of-a-social-network-page>
3. Елена Базу. Картинка ясна: как использовать изображения в интернете <https://bers.platfor.ma/how-to-use-images/>
4. Снежана Цой. Статья 174 УК РК. Можно ли попасть под суд за комментарий в соцсетях

<https://factcheck.kz/glavnoe/statya-174-uk-rk-mozhno-li-popast-pod-sud-za-kommentarij-v-socsetyax/>

5. Плагин InVID: как обнаружить фейковое видео <https://www.stopfake.org/plagin-invid-kak-obnaruzhit-fejkovoe-video/>

13. Политика выставления баллов:

Основным элементом организации курса является балльно-рейтинговая системы оценки учебных достижений обучающихся. Политика выставления баллов дисциплины «Нормы этики изучаемой страны» основываться на принципах объективности, прозрачности, гибкости и высокой дифференциации.

Со стороны преподавателя предъявляется система требований и правил поведения студентов на занятиях, взаимоотношений с преподавателем, с другими студентами, выполнение которых обеспечивает высокую эффективность учебного процесса и обязательна для студентов.

Требования к студенту:

- а) Обязательное посещение занятий;
- б) Активность во время практических (семинарских) занятий;
- в) Подготовка к занятиям, к выполнению домашнего задания и СРС и т.д.

Недопустимо:

- а) Опоздание и уход с занятий;
- б) Пользование сотовыми телефонами во время занятий;
- в) Обман и плагиат;
- г) Несвоевременная сдача заданий и др.

13.1. Оценка устных ответов студентов

Критерии оценки	баллы	оценка
Отлично – оценка выставляется студенту, который полностью освоил учебную программу, глубоко и свободно владеющий практическим и теоретическим материалом, выполняющий самостоятельные работы используя рекомендуемые учебной программой учебно-методическую и дополнительную литературу, умеющий ясно и понятно объяснить пройденный материал, определенную учебную программой; активно принимающий участие на олимпиадах и студенческих семинарах. По шкале модульно-рейтинговой системы студент набирает 85-100 баллов.	87-100	5
Хорошо – студент понимает материал, при объяснении темы допускает ошибки, не может дать точное определение терминам, затрудняется при выполнении письменного задания, в перспективе в профессиональной деятельности может использовать методы и приемы, полученные в процессе усвоения учебной программы. По модульно-рейтинговой системе набирает 70-84 баллов.	74-86	4
Удовлетворительно – оценивается, когда студент допускает ошибки при объяснении темы урока, при приведении примеров, не может систематизировать пройденный материал, не может ответить на вопросы преподавателя. Однако при решении задания может решить, поставленной задачи и по модульно-рейтинговой системе может набрать 55-69 баллов.	61-73	3
Не удовлетворительно – студент не может раскрыть тему, не может дать ответ на поставленный вопрос, не знает учебный	60	2

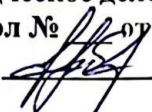
материал, при решении задачи допускает принципиальные ошибки; не ознакомлен с предлагаемым по учебной программе литературой, не освоил базовый учебный материал, по модульно-рейтинговой системе набрал менее 54 баллов.		
--	--	--


13.2. Шкала баллов:

Рейтинг (баллы)	Оценка по буквенной системе	Цифровой эквивалент оценки	Оценка по традиционной системе
87 – 100	A	4,0	Отлично
80 – 86	B	3,33	Хорошо
74 – 79	C	3,0	
68 -73	D	2,33	
61 – 67	E	2,0	Удовлетворительно
31-60	FX	0	Неудовлетворительно



Ошский государственный университет
Колледж международных
образовательных программ
Отделение «Переводческое дело:
восточные языки»

«УТВЕРЖДЕНО»
на заседании отделения
«Переводческое дело: восточные языки»
Протокол № _____ от «___» _____ 2022 г.
Зав.отд.  Ташганова Ж.А.

«СОГЛАСОВАНО»
Председатель УМС КМОП
 Ташматова Г.Т.
« 5 » 09 2022 г.

СИЛЛАБУС
по дисциплине
«МЕДИАГРАМОТНОСТЬ»
на 2022-2023-учебный год

Специальность: 050720 Переводческое дело
Квалификация: Переводчик
Форма обучения: Очная
Курс 1 (на базе 11 кл.) - семестр II; курс 2 (на базе 9 кл.) - семестр IV
Общий объем курса: 2 кредитов, академических часов – 60.
Количество аудиторных занятий – 30 часов, из них:
лекции - 12 часов, семинарские занятия - 18 часов.
Самостоятельная работа студента - 30 часов.
Модуль – 1, 2.
Отчетность – экзамен.

Преподаватель: *Султанбаева Майрамхан Джаналиевна, к.и.н.*
ПЦК «Китайский язык»
E-mail: mayya_sultan@mail.ru
Моб.: +996776310104; +996551474244
Кабинет: 507

Ош-2022

1. Цель дисциплины: формирование у студентов полноценного восприятия и развития способностей к осмысленному критическому анализу медиатекстов; повышение уровня медиаграмотности, медиакомпетентности и способности противостоять манипуляционным технологиям массмедиа.

Задачи дисциплины:

- обеспечение адекватного восприятия
- медиатекстов как продуктов человеческой деятельности, понимания механизмов их возникновения и тиражирования, их критической оценки и квалифицированного суждения о них;
- обучение способам декодирования медиатекстов и постоянному наблюдению за характером функционирования в обществе средств массовой информации и коммуникации (как системы, так и ее отдельных предприятий), ориентации в них в целях их осознанного выбора и потребления;
- формирование критической автономии студентов; защита их от некачественного контента в СМИ.

2. Результаты обучения и компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины.

Код РО ОПОП и его формулировка	Компетенции ОПОП и их формулировка	Код РО дисциплины и его формулировка
<p>РО-1 Применение стилистических, страноведческих, грамматических, фонетических знаний для ведения межкультурной коммуникации.</p>	<p>ОК-4 Осуществлять поиск, интерпретацию и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p><i>Знает и понимает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности системного и критического мышления и демонстрировать готовность к нему. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать, оценивать источники информации; – аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками сопоставления разных источников информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений; – навыками определения практических последствий предложенного решения задачи.

<p>РО 3 Организует информационно - поисковую деятельность, использует виды, приемы и технологии перевода, осуществляет первичную оценку документов, обрабатывает кыргызские, русские, иноязычные тексты.</p>	<p>ОК-10 Способен воспринимать, обобщать и анализировать информацию, ставить цели и выбирать пути её достижения.</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять и сформулировать информационные потребности; найти и получить доступ к информации; - оценивать, систематизировать и использовать информацию с соблюдением этических норм; - трансформировать и передавать информацию на разных платформах. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять и сформулировать информационные потребности оценить информацию; - найти и получить доступ к информации, систематизировать информацию; - использовать информацию с соблюдением этических норм. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы с ИКТ для обработки информации; - способностью культурой мышления, восприятию, обобщению и анализу информации.
---	---	---

3. Пререквизиты: Информатика, Страноведение.

4. Постреквизиты: Практикум по культуре речевого общения, Культура изучаемой страны.

5. Технологическая карта дисциплины «Медиаграмотность».

Модули	Ауд.	СРС	Лекции		Семинары		СРС		РК	ИК	Баллы
			Час.	Балл.	Час.	Баллы	Час.	Балл.			
I	15	15	6	10	9	Ср. балл 10	15	10	10		30
II	15	15	6	10	9	Ср. балл 10	15	10	10		30
ИК										40 б.	40
Всего:	30 ч.	30 ч.	12 ч.	20 б.	18 ч.	20 б.	30 ч.	20 б.	20 б.	40 б.	100 б.
	60 ч.										

6. Карта накопления баллов по дисциплине «Медиаграмотность».

	Модуль 1 (30 б.)										Модуль 2 (30 б.)										Итог. Конт
	ТК1			ТК2			ТК3			РК 1	ТК1			ТК2			ТК3			РК 2	
	л	с	срс	л	с	срс	л	с	срс		л	с	срс	л	с	срс	л	с	срс		
	-	3	3	-	3	4	-	3	4	10	-	3	3	-	3	4	-	3	4	10	
Баллы	Ср. балл 6			Ср. балл 7			Ср. балл 7			10 б.	Ср.балл 6			Ср. балл 7			Ср. балл 7			10 б.	40 б.
	Темы 1-2			Темы 3-4			Темы -5-6				Темы 7-8			Темы 9-10			Темы 11-12				

7. Разделы курса, темы, их краткое содержание

Тема 1. Медиаграмотность (МГ): понятия и компетенции. Информационная и медийная грамотность. Демократический дискурс и СМИ. Компетенции ИМГ (по системе ЮНЕСКО).

Тема 2. Тренды развития медиа. Эпоха постправды и СМИ. Новые медиа, новые форматы (лонгриды, инфографика, дроножурналистика). Конвергенция медиа и тренды медиабизнеса.

Тема 3. Медиаполе: структура и влияние. Медиаполе, источники информации. Критическое мышление. Информирование и пропаганда (различение новостей и мнений, фактов и комментариев).

Тема 4. Пропаганда: виды и механизмы. Виды пропаганды: PR, реклама, идеология. Механизмы пропаганды. Государственная пропаганда.

Тема 5. Технологии отбора и фальсификации новостей. Технология выбора новостей: контроль, аудитория. Теория повестки дня. Фейки: кто создает ложные новости и почему.

Тема 6. Технологии подачи новостей. Уровни восприятия новостей. Заголовок, правила оформления новостей. Медиабизнес: как это работает.

новостей: авторские и информационные жанры. Точность, объективность и ясность. Авторские жанры: редакционные статьи, колонки. Информационные жанры: интервью, репортаж.

Тема 8. Стандарты информации и саморегулирование в медиасреде. Стандарты информации. Саморегулирование в журналистской среде. Методы оценки качества информации.

Тема 9. Фото и видео журналистика. Эффект и значение фотографии и видео. Фотография и фотошоп, видео и видеоредакторы. Правила использования фотографий, видеоматериалов.

Тема 10. Социальные медиа. Принципы социальных сетей. Распространение подделок в социальных сетях. Этические правила в сетях.

Тема 11. Язык вражды и дискриминация в СМИ. Информационные войны, гендер и дискриминация. Технология языка вражды, появление и распространение стереотипов. Маркеры разжигания ненависти и дискриминации в СМИ.

Тема 12. Медиагигиена. Информационные вызовы и угрозы. Персональная и общественная медиагигиена. Правила информационной безопасности. Социальные сети. Троллинг и буллинг. Правила медиагигиены.

8. Календарно-тематический план распределения часов дисциплины по видам занятий.

№ и название темы	Лекции		Семинары		СРС				Лит-ра	Срок сдачи
	(часы), вопросы	б	(часы), вопросы	б	Задания	час	Формы контр.	б		
Модуль 1.										
Тема 1. Медиаграмотность (МИГ): понятия и компетенции.	<p><i>План: (2 ч.)</i></p> <p>1. Медиаграмотность (МИГ): понятия и компетенции.</p> <p>2 Информационная и медийная грамотность.</p> <p>3. Демократический дискурс и СМИ.</p> <p>4. Компетенции ИМГ (по системе ЮНЕСКО).</p> <p><i>Контрольные вопросы:</i></p> <p>1. Что такое медиаинформационная грамотность?</p> <p>2. В чем заключается компетенции МИГ по системе ЮНЕСКО?</p> <p>3. Определите демократический дискурс и СМИ?</p> <p><i>Методы:</i> ЛБ, ЛВ, МШ.</p>		<p><i>Вопросы: (1 ч.)</i></p> <p>1. Что такое медиаинформационная грамотность?</p> <p>2. В чем заключается компетенции МИГ по системе ЮНЕСКО?</p> <p>3. Определите демократический дискурс и СМИ?</p> <p><i>Методы:</i> МШ, АД, Д.</p>		1. Проведите мини-исследование: «Современные медиа»	2	реферат	6	1,2,3	1-я

<p>Тема 2. Тренды развития медиа.</p>	<p><i>План: (1 ч.)</i> 1. Эпоха постправды и СМИ. 2. Новые медиа, новые форматы (лонгриды, инфографика, дроножурналистика). 3. Конвергенция медиа и тренды медиабизнеса. <i>Методы:</i> ЛД, МШ, Пр, ТЗ <i>Контрольные вопросы:</i> 1. В чем особенность современного СМИ? 2. Что такое лонгриды, иконографика и дроножурналистика? 3. Сравните стриминг — (англ. Streaming), лайв-стриминг и в чем их особенность? 4. Как можно пользоваться дроножурналистикой?</p>	6	<p><i>Вопросы: (1 ч.)</i> В чем особенность современного СМИ? 2. Что такое лонгриды, иконографика и дроножурналистика? 3. Сравните стриминг — (англ. Streaming), лайв-стриминг и в чем их особенность? 4. Как можно пользоваться дроножурналистикой? <i>Методы: МШ, АД, Д.</i></p>	7	<p>Напишите реферат на тему: «Тренды и развитие медиа»</p>	2	<p>Реферат</p>	6	1,2,3	1-я
--	--	---	---	---	--	---	----------------	---	-------	-----

	<p><i>План: (1 ч.)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Медиаполе: структура и влияние. 2. Медиаполе, источники информации. 3. Критическое мышление. 4. Информирование и пропаганда (различение новостей и мнений, фактов и комментариев). <p><i>Методы:</i> ЛБ, Пр, МГ</p> <p><i>Контрольные вопросы:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое медиаполе, ее структура и влияние? 2. Определите источники информации? 3. Как вы выбираете источники информации? 4. Почему вас интересует тот или иной информационный канал? 4. Вы задумывались над тем, почему тот или иной канал интересен? 5. Можете ли вы критически оценить тот или информационный канал? 	6	<p><i>План: (1 час.)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Дайте определение понятию медиаполе. 2. Какие источники информации и какая информация вас больше всего интересует? 3. Сравните источники информации: чем они отличаются, какая информация является актуальной? 4. Можете ли дать оценку или проанализировать различные новости, мнения, факты и комментарии? 5. Назовите самые популярные ТВ жанры среди зрителей Кыргызстана и почему они популярны? <p><i>Методы: МШ, АД, Д.</i></p>	6	<p>Провести мини-исследование: «ТВ жанры среди зрителей Кыргызстана»</p>	2	Мини-исследовани	6	1,2,3	2-я
--	--	---	--	---	--	---	------------------	---	-------	-----

<p>Тема 3. Медиагигиена. Социальные сети. Правила медиагигиены.</p>	<p><i>План: (1 ч.)</i> 1. Информационные вызовы и угрозы (теория). 2. Персональная и общественная медиагигиена. 3. Правила информационной безопасности. <i>Методы: ЛБ, Пр, МГ</i> <i>Контрольные вопросы:</i> 1. Зачем нужна теория при изучении информационных вызовов и угроз, которые сегодня возникают перед человеком? 2. Что такое теория вообще? Какие теории помогают объяснить природу свободы слова, функционирования медиа? 3. Каковы механизмы распространения информации? 4. Что являет собой коммуникация?</p>	6	<p><i>Вопросы: (1 ч.)</i> 1. Зачем нужна теория при изучении информационных вызовов и угроз, которые сегодня возникают перед человеком? 2. Что такое теория вообще? 3. Какие теории помогают объяснить природу свободы слова, функционирования медиа? 4. Каковы механизмы распространения информации? 5. Что являет собой коммуникация? <i>Методы: МШ, АД, Д.</i></p>	7	<p>Провести мини исследование анализ безопасности персональных данных в меди пространстве.</p>	2	Мини-исследование	7	1, 2, 3	3-я
--	---	---	---	---	--	---	-------------------	---	---------	-----

<p>Тема 4. Пропаганда: виды и механизмы.</p>	<p><i>План: (1 ч.)</i> 1. Пропаганда: виды и механизмы. 2. Виды пропаганды: PR, реклама, идеология. 3. Механизмы пропаганды. 4. Государственная пропаганда. <i>Методы:</i> ЛБ, Пр, МГ <i>Контрольные вопросы:</i> 1. Дайте определение пропаганде. 2. Какие виды пропаганды вы знаете и механизмы их распространения? 3. Сравните государственную пропаганду от социальной рекламы? 4. Как реклама манипулирует сознанием людей?</p>	6	<p><i>Вопросы: (1 ч.)</i> 1. Как возникла пропаганда? 2. Какие виды пропаганды вы знаете? 3. Какова цель пропаганды? 4. Сравните источники пропаганды и механизмы их распространения? 5. Как пропаганда воздействует на сознание людей? <i>Методы: Д, МШ, Пр.</i></p>	7	<p>Подготовьте презентацию на тему: «Как пропаганда манипулирует сознанием людей (СМИ, социальные сети и реклама).</p>	3	<p>Доклад, презентация</p>	7	1,2,3	4-я
--	--	---	---	---	--	---	----------------------------	---	-------	-----

<p>Тема 5. Технологии отбора и фальсификации новостей.</p>	<p><i>План: (1 ч.)</i> 1. Технологии отбора и фальсификации новостей. 2. Технология выбора новостей: контроль, аудитория. 3. Теория повестки дня. 4 Фейки: кто создает ложные новости и почему. <i>Методы:</i> ЛБ, Пр, МГ <i>Контрольные вопросы:</i> 1. Как создаются информационные продукты? 2. Что такое «фабрика новостей»? 3. КТО решает, ЧТО мы будем видеть в газетных и телевизионных новостях, и на основании КАКИХ критериев?</p>	6	<p><i>Вопросы: (2 ч.)</i> 1. Назовите технологии отбора новостей. 2. Как называется отбор материала редакторами? 3. Что такое правила «5W» — кто, что, когда, где и почему? Как эти правила влияют на отбор новостей? 4. Назовите 6 правил по которому информация вас может заинтересовать. <i>Методы:</i> МШ, ДИ, АТД</p>	7	<p>Подготовить доклад на тему: «Фейки: кто создает ложные новости и почему»ю</p>	3	Доклад	7	1, 2	5-я
---	--	---	---	---	--	---	--------	---	------	-----

<p>Тема 6. Технологии подачи новостей.</p>	<p><i>План: (1 ч.)</i> 4. Уровни восприятия новостей. 5. Заголовок, правила оформления новостей. 6. Медиабизнес: как это работает. <i>Методы:</i> ЛБ, Пр, МГ <i>Контрольные вопросы:</i> 1. Какие уровни восприятия новостей выделяют социологи? 2. Как влияет заголовок на подачи новости? 3. Как «убить» хорошую статью? 4. Как свести на нет часы добросовестного труда, потраченные на сбор и написание материала? 5. Как оттолкнуть читателя, который на самом деле интересуется темой? 6. Как не стать популярным интернет-ресурсом?</p>	6	<p><i>Вопросы: (2 ч.)</i> 1. Выделите уровни восприятия новостей? 2. Как правильно выбрать заголовок и оформить новости? 3. Что такое медиабизнес и как он работает? 4. Как работают интернет-ресурсы? <i>Методы:</i> МШ, ДИ, АТД</p>	7	<p>Подготовить презентацию о медиа-ресурсах.</p>	3	Презентация	7	1,2	6-я
---	--	---	---	---	--	---	-------------	---	-----	-----

<p>Тема 7. Создание новостей: авторские и информационные жанры.</p>	<p><i>План: (1 ч.)</i> 1. Что такое новость, ее характеристики. 2. Авторские жанры: редакционные статьи, колонки. 3. Информационные жанры: интервью, репортаж <i>Методы:</i> <i>ЛБ, Пр, МГ</i> <i>Контрольные вопросы:</i> 1. Как создаются новости? 2. Что такое новость? 3. Что называют журналисты «5W»?</p>	6	<p><i>Вопросы (2 ч.)</i> 1. Дайте определение «что такое новость»? 2. Дайте характеристику новости? 3. Назовите правило «5W». 4. Назовите главные характеристики качественной новости. <i>Методы:</i> МШ, ДИ, АТД</p>	7	<p>На основе материалов СМИ подготовьте доклад (проанализируйте новостной материал).</p>	3	Доклад	7	5, 6	7-я
--	--	---	--	---	--	---	--------	---	------	-----

<p>Тема 8. Стандарты информации и саморегулирование в медиа-среде.</p>	<p><i>План: (1 ч.)</i> 4. Стандарты информации. 5. Саморегулирование в журналистской среде. 6. Методы оценки качества информации. <i>Методы: ЛБ, Пр, МГ</i> <i>Контрольные вопросы:</i> 1. Что такое стандарты информации? 2. Как действуют эти кодексы и стандарты? 3. Какова ответственность за их несоблюдение? 4. Когда был принят «Этический кодекс журналистов КР»? 5. Каким образом оценить качество информационного сообщения?</p>	6	<p><i>Вопросы: (2 ч.)</i> 1. Что такое информационные стандарты? 2. Зачем обычным пользователям информации знать о профессиональных стандартах журналистики? 3. Каковы основные стандарты информационной журналистики? 4. Зачем и кто придумал Этический кодекс журналиста? 5. Какой механизм саморегулирования в медийном сообществе? <i>Методы: МШ, ДИ, АТД, Пр.</i></p>	7	<p>Подготовить презентацию на тему: «Стандарты информации и саморегулирование в журналистской среде».</p>	3	Презентация	7	3, 4	8-я
---	--	---	--	---	---	---	-------------	---	------	-----

<p>Тема 9. Фото и видео журналистика.</p>	<p><i>План: (1 ч.)</i> 1. Эффект и значение фотографии и видео. 2. Фотография и фотошоп, видео и видеоредакторы. 3. Правила использования фотографий, видеоматериалов <i>Методы: ЛБ, Пр, МГ</i> <i>Контрольные вопросы:</i> 1. Чем отличается фото и видео материалы от текстового материала? 2. Как влияет фото и видео материалы на человека? 3. Какой эффект вызывает фото и видео материалы? 4. Как критические воспринимать информацию, а также уметь распознавать манипуляцию, на которых основываются фейки?</p>	6	<p><i>Вопросы: (2 ч.)</i> 1. В чем эффект и значение фотографии и видео в масс-медиа? 2. Как влияют фото и видео материалы на человека? 3. Какие виды фотофейков различают? 4. Как легально использовать визуальный контент при работе в сети и социальных сетях? 5. Что не требуется и что не надо делать для фотоконтента? 6. Как заимствовать чужие фото в сети и не нарушать авторские права <i>Методы: МШ, ДИ, АД, Пр.</i></p>	7	<p>Подготовить презентацию с использованием фото и видео материалов.</p>	3	Презентация	7	1, 2, 3, 4	9-я
--	--	---	--	---	--	---	-------------	---	------------	-----

<p>Тема 10. Социальные медиа.</p>	<p><i>План: (1 ч.)</i> 1. Принципы социальных сетей. 2. Распространение подделок в социальных сетях. 3. Этические правила в сетях. <i>Методы: ЛБ, Пр, МГ</i> <i>Контрольные вопросы:</i> 1. Что составляет основу социальных сетей? 2. Какими социальными сетями вы знаете? 3. В чем особенность социальных сетей? 4. Можно ли защитить личную информацию в социальных сетях? 5. Как вы проверяете информацию в социальных сетях)?</p>	6	<p><i>Вопросы: (2 ч.)</i> 1. Назовите социальные сети? 2. Какие социальные сети пользуются большей популярностью и почему? 3. Какая информация в социальных сетях считается актуальной и можно ли проверить достоверность информации? 4. Как можно защитить личную информацию в социальных сетях? 5. Какие правила необходимо соблюдать в социальных сетях. <i>Методы: МШ, ДИ, АТД, Пр.</i></p>	7	<p>Провести мини-исследование на тему: «Я в социальных сетях».</p>	3	Мини-исследование	7	1, 2, 3, 4	10-я
---	--	---	---	---	--	---	-------------------	---	------------	------

<p>Тема 11. Язык вражды и дискриминация в СМИ.</p>	<p><i>План: (1 ч.)</i> 1. Информационные войны, дискриминация. 2. Технология языка вражды, стереотипы. 3. Маркеры разжигания ненависти в СМИ. <i>Методы: ЛБ, Пр, МГ</i> <i>Контрольные вопросы:</i> 1. Что вы понимаете под термином «язык вражды»? 2. Назовите признаки языка вражды. 3. С какой целью используются язык вражды? 4. Какие виды дискриминации распространены в СМИ? 5. Несет ли ответственность за преступления, совершенные из-за ксенофобии, журналист/редактор медиа, который использует язык вражды?</p>	6	<p><i>Вопросы: (2 ч.)</i> 1. Что такое информационная война? 2. В чем особенность дискриминации в социальных сетях? 3. С какой целью используется язык вражды? 4. Как преодолеть язык вражды в информационном пространстве? 5. Чем свобода слова, свобода выражения в интернете отличается от языка вражды и почему язык вражды угрожает демократии? 5. Часто ли встречались вам медиа, использующие язык вражды? 6. Как вы думаете, такие медиа (такие материалы) имеют большее распространение в демократическом или в тоталитарном обществе? <i>Методы: МШ, ДИ, АТД, Пр.</i></p>	7	Провести мини-исследование на тему: «Язык вражды в социальных сетях»	3	Мини-исследование	7	1, 2, 3	11-я
Итого:	12 ч.	Ср.12 б.	18 ч.	Ср.14 б.		30 ч.		Ср.14 б.		

9. Образовательные технологии

При реализации программы дисциплины «История и теория международных отношений» используются различные образовательные технологии. Во время аудиторных занятий занятия проводятся в виде лекции и семинарских с использованием различных образовательных технологий как проектор подключенные к ПК, электронная доска, доска и т.д. Самостоятельная работа студентов подразумевает работу под руководством преподавателя (консультации и проверки написании рефератов, статей, эссе, презентации).

ЛБ – лекция-беседа; МШ – мозговой штурм

ЛД – лекция-дискуссия; МД – мини-дискуссия

ЛВЗ – лекция визуализация; ПЛ – проблемная лекция

ЛКС – лекция с разбором ситуаций; СБ – семинар-беседа

ПС – проблемные семинарские занятия; Пр. – презентация и доклады

МГ – малые группы; УО – устный опрос

КР – контрольная работа; Р – реферат

Т – тесты

10. Учебно-методическое обеспечение курса

10.1. Основная литература.

- Богданова С.В. Информационные технологии [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов высших учебных заведений/ Богданова С.В., Ермакова А.Н.— Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, Сервисшкола, 2014.— 211 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/48251.html>.— ЭБС «IPRbooks».
- Жилавская И.В. История развития медиаобразования [Электронный ресурс]: Учебное пособие / И.В. Жилавская, Д.А. Зубрицкая. – Москва: МПГУ, 2017.
- Жилавская И.В. Медиаповедение личности. Материалы к курсу. Учебное пособие. – Москва: РИЦ МГГУ им. М.А. Шолохова, 2012.
- Молодежь и медиа: Цели и ценности / Сост.: Т.Н. Владимирова, И.В. Жилавская. - Москва: РИЦ МГГУ им. М. А. Шолохова, 2011
- Клочко И.А. Информационные технологии в профессиональной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Клочко И.А.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2014.— 236 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20424.html>.— ЭБС «IPRbooks»

10.2. Дополнительная литература.

- Канивец Е.К. Информационные технологии в профессиональной деятельности [Электронный ресурс]: курс лекций/ Канивец Е.К.— Электрон. текстовые данные.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 108 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54115.html>.— ЭБС «IPRbooks»
- Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. - М., 1998.
- Средства массовой информации и демократия. - М., 1993.
- Тертычный А.А. Жанры периодической печати. - М., 2002.

10.3. Интернет ресурсы.

- Илларион Томаров. Как заимствовать чужие фото в сети и не нарушать авторские права – советы юриста <https://ain.ua/2015/08/21/kak-zaimstvovat-chuzhie-foto-v-seti-i-ne-narushat-avtorskie-prava-sovety-yurista>
- Митягин К. Г. Правовая природа страницы социальной сети <http://ipcmagazine.ru/legal-issues/the-legal-nature-of-a-social-network-page>
- Елена Базу. Картинка ясна: как использовать изображения в интернете <https://bers.platfor.ma/how-to-use-images/>
- Снежана Цой. Статья 174 УК РК. Можно ли попасть под суд за комментарий в соцсетях <https://factcheck.kz/glavnoe/statya-174-uk-rk-mozhno-li-popast-pod-sud-za-kommentarij-v-socsetyax/>

12. Плагин InVID: как обнаружить фейковое видео <https://www.stopfake.org/plugin-invid-kak-obnaruzhit-fejkovoe-video/>

11. Политика выставления баллов:

Основным элементом организации курса является балльно-рейтинговая системы оценки учебных достижений обучающихся. Политика выставления баллов дисциплины «Нормы этики изучаемой страны» основываться на принципах объективности, прозрачности, гибкости и высокой дифференциации.

Со стороны преподавателя предъявляется система требований и правил поведения студентов на занятиях, взаимоотношений с преподавателем, с другими студентами, выполнение которых обеспечивает высокую эффективность учебного процесса и обязательна для студентов.

Требования к студенту:

- а) Обязательное посещение занятий;
- б) Активность во время практических (семинарских) занятий;
- в) Подготовка к занятиям, к выполнению домашнего задания и СРС и т.д.

Недопустимо:

- а) Опоздание и уход с занятий;
- б) Пользование сотовыми телефонами во время занятий;
- в) Обман и плагиат;
- г) Несвоевременная сдача заданий и др.

11.1. Оценка устных ответов студентов

Критерии оценки	баллы	оценка
Отлично – оценка выставляется студенту, который полностью освоил учебную программу, глубоко и свободно владеющий практическим и теоретическим материалом, выполняющий самостоятельные работы используя рекомендуемые учебной программой учебно-методическую и дополнительную литературу, умеющий ясно и понятно объяснить пройденный материал, определенную учебную программой; активно принимающий участие на олимпиадах и студенческих семинарах. По шкале модульно-рейтинговой системы студент набирает 85-100 баллов.	87-100	5
Хорошо – студент понимает материал, при объяснении темы допускает ошибки, не может дать точное определение терминам, затрудняется при выполнении письменного задания, в перспективе в профессиональной деятельности может использовать методы и приемы, полученные в процессе усвоения учебной программы. По модульно-рейтинговой системе набирает 70-84 баллов.	74-86	4
Удовлетворительно – оценивается, когда студент допускает ошибки при объяснении темы урока, при приведении примеров, не может систематизировать пройденный материал, не может ответить на вопросы преподавателя. Однако при решении задания может решить, поставленной задачи и по модульно-рейтинговой системе может набрать 55-69 баллов.	61-73	3
Не удовлетворительно – студент не может раскрыть тему, не может дать ответ на поставленный вопрос, не знает учебный материал, при решении задачи допускает принципиальные ошибки;	60	2

не ознакомлен с предлагаемым по учебной программе литературой, не освоил базовый учебный материал, по модульно-рейтинговой системе набрал менее 54 баллов.		
--	--	--

11.2. Шкала баллов:

Рейтинг (баллы)	Оценка по буквенной системе	Цифровой эквивалент оценки	Оценка по традиционной системе
87 – 100	A	4,0	Отлично
80 – 86	B	3,33	Хорошо
74 – 79	C	3,0	
68 -73	D	2,33	Удовлетворительно
61 – 67	E	2,0	
31-60	FX	0	Неудовлетворительно

12. Политика курса.

Требования к студенту:

- а) Обязательное посещение занятий;
- б) Активность во время практических (семинарских) занятий;
- в) Подготовка к занятиям, к выполнению домашнего задания и СРС и т.д.

Недопустимо:

- а) Опоздание и уход с занятий;
- б) Пользование сотовыми телефонами во время занятий;
- в) Обман и плагиат;
- г) Несвоевременная сдача заданий и др.

В условиях кредитной технологии обучения одним из элементов организации учебного процесса является оценка знаний студентов по балльно-рейтинговой системе. Политика выставления баллов основывается на принципах объективности, прозрачности, гибкости, справедливости и дифференцированности.


13. Перечень вопросов и заданий по темам и формам контроля


1. Медиаграмотность (МГ): понятия и компетенции.
2. Информационная и медийная грамотность.
3. Демократический дискурс и СМИ. Компетенции ИМГ (по системе ЮНЕСКО).
4. Эпоха постправды и СМИ.
5. Новые медиа, новые форматы (лонгриды, инфографика, дроножурналистика).
6. Конвергенция медиа и тренды медиабизнеса.
7. Медиаполе: структура и влияние.
8. Медиаполе, источники информации.
9. Критическое мышление.
10. Информирование и пропаганда (различение новостей и мнений, фактов и комментариев).
11. Пропаганда: виды и механизмы.
12. Виды пропаганды: PR, реклама, идеология.
13. Механизмы пропаганды.
14. Государственная пропаганда.
15. Технологии отбора и фальсификации новостей.
16. Технология выбора новостей: контроль, аудитория.
17. Теория повестки дня.

18. Фейки: кто создает ложные новости и почему.
19. Технологии подачи новостей.
20. Уровни восприятия новостей. Заголовок, правила оформления новостей.
21. Медиабизнес: как это работает.
22. Точность, объективность и ясность.
23. Авторские жанры: редакционные статьи, колонки.
24. Информационные жанры: интервью, репортаж.
25. Стандарты информации и саморегулирование в медиасреде.
26. Стандарты информации. Саморегулирование в журналистской среде. Методы оценки качества информации.
27. Фото и видео журналистика.
28. Эффект и значение фотографии и видео.
29. Фотография и фотошоп, видео и видеоредакторы.
30. Правила использования фотографий, видеоматериалов.
31. Социальные медиа.
32. Принципы социальных сетей.
33. Распространение подделок в социальных сетях.
34. Этические правила в сетях.
35. Язык вражды и дискриминация в СМИ.
36. Информационные войны, гендер и дискриминация.
37. Технология языка вражды, появление и распространение стереотипов.
38. Маркеры разжигания ненависти и дискриминации в СМИ.
39. Медиагигиена.
40. Информационные вызовы и угрозы.
41. Персональная и общественная медиагигиена.



Ошский государственный университет
Колледж международных
образовательных программ
Отделение «Переводческое дело:
восточные языки»

«УТВЕРЖДЕНО»
на заседании отделения
«Переводческое дело: восточные языки»
Протокол № _____ от _____ 2022 г.
Зав.отд.  Таштанова Ж.А.

«СОГЛАСОВАНО»
Председатель УМС КМОП
 Ташматова Г.Т.
« 5 » 09 2022 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
"МЕДИАГРАМОТНОСТЬ"**

Специальность: 050720 «Переводческое дело»
Квалификация: переводчик
Форма обучения: очная

ПАСПОРТ
фонда оценочных средств по дисциплине
"Медиаграмотность"

1. Оценочные средства по темам дисциплины

Темы	Код компетенции	Планируемые РОд	Оценочные средства
1. Медиаграмотность (МГ): понятия и компетенции.	ОК-4	<p>Знает и понимает:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности системного и критического мышления и демонстрировать готовность к нему. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать, оценивать источники информации; – аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками сопоставления разных источников информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений; – навыками определения практических последствий предложенного решения задачи. 	Мини-исследов.
2. Тренды развития медиа.	ОК-10	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать, систематизировать и использовать информацию с соблюдением этических норм. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять и сформулировать информационные потребности оценить информацию; - найти и получить доступ к информации, систематизировать информацию; <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью культурой мышления, восприятию, обобщению и анализу информации. 	Реферат
3. Медиаполе: структура и влияние.	ОК-4	<p>Знает и понимает:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности системного и критического мышления и демонстрировать готовность к нему. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать, оценивать источники информации; – аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками сопоставления разных источников информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений; – навыками определения практических 	Мини-исследование

		последствий предложенного решения задачи.	
4. Пропаганда: виды и механизмы.	ОК-10	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать, систематизировать и использовать информацию с соблюдением этических норм. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять и сформулировать информационные потребности оценить информацию; - найти и получить доступ к информации, систематизировать информацию; <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью культурой мышления, восприятию, обобщению и анализу информации. 	Доклад, презентация
5. Технологии отбора и фальсификации новостей.	ОК-4	<p>Знает и понимает:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности системного и критического мышления и демонстрировать готовность к нему. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать, оценивать источники информации; – аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками сопоставления разных источников информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений; – навыками определения практических последствий предложенного решения задачи. 	Доклад
6. Технологии подачи новостей.	ОК-4	<p>Знает и понимает:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности системного и критического мышления и демонстрировать готовность к нему. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать, оценивать источники информации; – аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками сопоставления разных источников информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений; – навыками определения практических последствий предложенного решения задачи. 	Презентация (схема, анализ коммуникации)
7. Создание новостей: авторские и информационные жанры.	ОК-10	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать, систематизировать и использовать информацию с соблюдением этических норм. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять и сформулировать информационные потребности оценить информацию; - найти и получить доступ к информации, 	Сообщение (доклад)

		<p>систематизировать информацию;</p> <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью культурой мышления, восприятию, обобщению и анализу информации. 	
8. Стандарты информации и саморегулирование в медиасреде.	ОК-4	<p>Знает и понимает:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности системного и критического мышления и демонстрировать готовность к нему. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать, оценивать источники информации; – аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками сопоставления разных источников информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений; – навыками определения практических последствий предложенного решения задачи. 	Презентация
9. Фото и видео журналистика.	ОК-10	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать, систематизировать и использовать информацию с соблюдением этических норм. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять и сформулировать информационные потребности оценить информацию; - найти и получить доступ к информации, систематизировать информацию; <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью культурой мышления, восприятию, обобщению и анализу информации. 	Видео и фото материалы.
10. Социальные медиа.	ОК-4	<p>Знает и понимает:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности системного и критического мышления и демонстрировать готовность к нему. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать, оценивать источники информации; – аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками сопоставления разных источников информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений; – навыками определения практических последствий предложенного решения задачи. 	Мини-исследование (на примере анализа информации в социальных сетях).
11. Язык вражды и дискриминация в СМИ.	ОК-10	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать, систематизировать и использовать информацию с соблюдением этических норм. <p>Умеет:</p>	Мини-исследование, презентация

		<ul style="list-style-type: none"> – определять и сформулировать информационные потребности оценить информацию; - найти и получить доступ к информации, систематизировать информацию; <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью культурой мышления, восприятию, обобщению и анализу информации. 	
12. Медиагигиена. Социальные сети. Троллинг и буллинг. Правила медиагигиены.	ОК-10	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать, систематизировать и использовать информацию с соблюдением этических норм. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять и сформулировать информационные потребности оценить информацию; - найти и получить доступ к информации, систематизировать информацию; <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью культурой мышления, восприятию, обобщению и анализу информации. 	Реферат, доклад

1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Страноведение».

№	Вид деятельности	Определение	Прим.
1	Устный опрос	Устный опрос проводится в виде собеседования преподавателя с обучающимся, где оценивается степень усвоения материала.	
2	Подготовка и выступление с презентацией	Презентация – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой сбор соответствующей информации по определенной проблеме в виде демонстрации слайдов в программе Power Point (PPT).	
3	Написание и выступлением с докладом	Доклад - вид СРС, в котором студент готовит текст по определенному вопросу и выступает с ним перед группой.	
4	Подготовка конспекта с составлением таблиц и/или схем	Конспект с составлением таблиц/схем – это краткое изложение определенной темы с приведением примеров в виде таблиц/схем/рисунков по решению какой-либо заданной лингвистической задачи.	
5	Написание и защита реферата	Реферат – это продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной темы дисциплины.	
6	Проведение контрольной	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по	

	работы	теме или разделу; комплект контрольных заданий по вариантам.	
7	Тестирование	Средство оценивания в виде выбора правильного ответа из нескольких представленных вариантов.	

2. Критерии оценивания по дисциплине «Страноведение».

№	Вид деятельности	Критерии оценивания	Баллы (20б., 1М)
1.	Устный опрос (1 балл)	1. Степень усвоения материала	0,25
		2. Соответствие излагаемой темы поставленному вопросу	0,25
		3. Способность приводить примеры по теме	0,25
		4. Владение соответствующей терминологией и речевой грамотностью	0,25
2.	Подготовка и выступление с презентацией (10 балла)	1. Степень осознанности, понимания проблемы (содержательность презентации)	3
		2. Грамотность текста презентации речи презентующего	3
		3. Взаимодействие с аудиторией во течении презентации	3
		4. Оригинальность оформления (дизайна) презентации	1
3.	Написание и выступлением с докладом (10 балл)	1. Содержательность и соответствие теме	2
		2. Наглядность: наличие примеров, таблиц, схем и т.п.	3
		3. Свободное и грамотное речевое изложение	3
		4. Ответы на вопросы группы по теме доклада	2
4.	Подготовка конспекта с составлением таблиц и/или схем (1 балл)	1. Объем и содержательность конспекта	0,5
		2. Наличие и верность составленных таблиц, схем по решению заданной лингвистической задачи	0,5
5.	Написание и защита реферата (3 балла)	1. Степень раскрытия темы реферата	3
		2. Грамотность изложения текста	3
		3. Логичность (последовательность), композиционная целостность	3
		4. Соответствие к требованиям оформления работы	3
		5. Умение кратко изложить содержание работы	4
		6. Правильность и аргументированность ответов на вопросы по работе	4
6.	Проведение контрольной работы (1 балл)	1. Правильность ответов на вопросы	1
		2. Четкость излагаемости мысли	1
		3. Использование спец. терминологии	0,5
		4. Приведение примеров	0,5
7.	Тестирование (ПК- 10 баллов)	0-50% - неуд. 51-74% - удов. 75-85% - хор. 86-100% - отл.	- 0-2 - 3-5 - 5-7 - 8-10

3. Критерии оценки на экзамене.

Критерии оценки	баллы	оценка
Отлично – оценка выставляется студенту, который полностью освоил учебную программу, глубоко и свободно владеющий практическим и теоретическим материалом, выполняющий самостоятельные работы используя рекомендуемые учебной программой учебно-методическую и дополнительную литературу, умеющий ясно и понятно объяснить пройденный материал, определенную учебную программой; активно принимающий участие на олимпиадах и студенческих семинарах. По шкале модульно-рейтинговой системы студент набирает 85-100 баллов.	87-100	5
Хорошо – студент понимает материал, при объяснении темы допускает ошибки, не может дать точное определение терминам, затрудняется при выполнении письменного задания, в перспективе в профессиональной деятельности может использовать методы и приемы, получения в процессе усвоения учебной программы. По модульно-рейтинговой системе набирает 70-84 баллов.	74-86	4
Удовлетворительно – оценивается, когда студент допускает ошибки при объяснении темы урока, при приведении примеров, не может систематизировать пройденный материал, не может ответить на вопросы преподавателя. Однако при решении задания может решить, поставленной задачи и по модульно-рейтинговой системе может набрать 55-69 баллов.	61-73	3
Не удовлетворительно – студент не может раскрыть тему, не может дать ответ на поставленный вопрос, не знает учебный материал, при решении задачи допускает принципиальные ошибки; не ознакомлен с предлагаемым по учебной программе литературой, не освоил базовый учебный материал, по модульно-рейтинговой системе набрал менее 54 баллов.	60	2

4. Таблица выставления баллов

Рейтинг (баллы)	Оценка по буквенной системе	Цифровой эквивалент оценки	Оценка по традиционной системе
87 – 100	A	4,0	Отлично
80 – 86	B	3,33	Хорошо
74 – 79	C	3,0	
68 -73	D	2,33	Удовлетворительно
61 – 67	E	2,0	
31-60	FX	0	Неудовлетворительно



**Ошский государственный университет
Колледж международных образовательных
программ
Отделение «Переводческое дело: восточные
языки»**

**ГЛОССАРИЙ
по дисциплине
«МЕДИАГРАМОТНОСТЬ»**

Глоссарий

Беженцы — люди, которые вследствие угроз безопасности выехали за пределы своей страны.

Блог — (англ. blog, от web log — интернет-журнал событий) — персональный регулярно заполняемый веб-сайт. Блогер — тот, кто ведет блог, обычно оставляет недлинные записи по поводу событий, происшествий или собственных взглядов. Эти записи располагаются в обратном хронологическом порядке (последняя запись сверху). Блогеры также размещают фото, видео и музыку.

Верификация — проверка какой-либо информации.

Внутренние переселенцы (ВПЛ) — люди, вынужденные покинуть свои места проживания, вследствие угроз собственной безопасности. Правильным является также синоним — вынужденные переселенцы. Это люди, которые не покинули страну проживания.

Гейткипинг (отбор новостей) — процесс выбора гейткипером (как правило, редактором) новостей для размещения в медиа. Делается, исходя из внутреннего убеждения редактора о том, что интересно, что нет для целевой аудитории его медиа.

Геймер — человек, играющий в компьютерные игры.

Демотиватор — изображение-макрос, состоящее из картинка в рамке и надписи-слогана, который комментирует ее. Составленный по стандарту плаката (постера), демотиватор вместо положительных эмоций должен вызывать отчаяние, уныние, высмеивать, шаржировать. Демотиваторы лишают смысла мотиваторы (плакаты), используя схожие с мотиваторами изображения, но с подписями, формально направленными на создание атмосферы обреченности и бессмысленности человеческих усилий, которые низводят до абсурда цель плаката.

Джинса — скрытая реклама. Это оплаченный материал, который идет под видом обычного журналистского продукта.

Дискурс — рассмотрение темы или вопроса через углубленное обсуждение.

Журналистские стандарты — выработанные журналистским сообществом требования к уровню журналистских материалов. Как правило, основными журналистскими стандартами считаются: баланс мнений и точек зрения; оперативность; полнота передачи фактов и информации; разграничение фактов и мнений; достоверность (ссылка на источник информации); точность изложения материала.

Информирование — процесс сообщения новостей, когда коммуникатор информирует, разъясняет, НО не даёт готовых решений.

Информационная грамотность — способность осознавать необходимость получения информации, а также находить, оценивать, эффективно использовать и распространять информацию в различных форматах.

Информационное поле — совокупность массмедиа, доступных аудитории определенной страны или региона.

Информация — любые сведения, которые закреплены человеком на материальном носителе для передачи во времени и/или пространстве.

Карикатура — намеренное смешное или искаженное изображение предмета или лица. Комического эффекта в карикатуре достигают с помощью преувеличения наиболее характерных черт образа за счет второстепенных.

Дегуманизация — представление врага как существа, потерявшего право называться человеком. Дегуманизация развязывает руки насилию, т.к. исчезает табу на убийство себе подобных.

Демократия — система государственного управления, при которой гражданам предоставлено право принятия окончательных решений, которое они реализуют прямо или косвенно через доверенных лиц, избранных ими в результате свободных выборов. Также обозначает свободу принятия решений, оказывающих влияние на жизнь

отдельного человека и на защиту фундаментальных прав и свобод.

Коммуникативистика — наука о средствах массовой информации и коммуникации.

Компетенции — это знания, умения, навыки, модели поведения и личностные характеристики, при помощи которых достигаются желаемые результаты (например, лидерство, коммуникации и пр.). Считается, что термин «компетенция» был впервые введен Уайтом в 1959 г., который определил компетентность как «эффективное взаимодействие (человека) с окружающей средой».

Конвергентная журналистика — интернет-журналистика, объединяющая в себе все традиционные СМИ (газеты, телевидение и радио) на одном веб-сайте.

Конвергенция в медиаиндустрии — процесс интеграции традиционных и новых медиа, который сопровождается дублированием контента и/или созданием альтернативных медиаплощадок.

Краудфандинг — добровольный сбор денег для выполнения какой-то конкретной инициативы.

Критическое мышление (по отношению к информации) — сознательное отношение человека к поступающей информации. Индивид пропускает ее не только через фильтр жизненного опыта и собственных установок, но и соотносит с правилами и стандартами информационных сообщений.

Лид — первый абзац статьи, информативный отрывок, позволяющий сосредоточить внимание читателя на данном материале.

Лозунг — призыв или обращение в лаконичной форме, выражающее руководящую идею, требование. Лозунги используются в политической, религиозной и других сферах. Лозунги могут существовать как в устном, так и в письменном виде. В письменном виде лозунги чаще всего появляются в форме плакатов. Будучи емкой и запоминающейся формой передачи мысли, лозунги часто используются в пропаганде.

Манипуляция — в информационной сфере это попытка при помощи лживой или тенденциозно подбранной информации воздействовать на поведение и установки аудитории.

Массмедиа (медиаканалы) — каналы распространения массовой информации. Как правило, выделяют периодическую печать (газеты, журналы), радиовещание, телевидение, интернет-медиа. Массмедиа — средства массовой информации и коммуникации.

Медиа как бизнес — понимание массмедиа как рыночного инструмента, призванного приносить прибыль.

Медиаграмотность — (**media literacy**) — умение анализировать и синтезировать пространственно-временную реальность, умение «читать» медиатекст.

Медиаграмотность — активное или пассивное восприятие и использование материалов медиа, включая их критическое восприятие и осознанную оценку, используемые ими методы и их влияние. Кроме того, термин обозначает способность читать, анализировать, оценивать и осуществлять коммуникацию с использованием разных форм медиа (например, телевидения, печати, радио, компьютеров и пр.). Есть и другое понимание этого термина: способность расшифровывать, анализировать, оценивать и осуществлять коммуникацию в разнообразных формах. Медиаграмотность — часть медиаобразования, посвященная формированию критического мышления и отношения в медиа.

Медиаинформация/контент медиа — содержание материалов массмедиа. Медиаинформация характеризуется актуальностью (интересом для целевой аудитории), оперативностью, универсальностью (должна быть интересна для всех или как можно большего числа членов целевой аудитории), относительной анонимностью (за медиаматериалом стоит авторитет не только автора, но всего медиа) и регулярностью воздействия.

Медиаобразование (media education) — процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники. Обретенная в результате этого процесса медиаграмотность помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, интернета. Содержание медиаобразования: основы искусствоведения в медиасфере (виды и жанры медиа, функции медиа в социуме, язык медиа, история медиакультуры и т.д.).

Новые медиа — в основном, под этим термином понимают интернет-медиа с присущей им интерактивностью.

Онлайн — с английского — «на линии», «на связи». На сегодняшний день это общепринятое выражение означает «подключенный к интернету», т.е. «в сети», так же используется для обозначения реального времени, т.е. «в прямом эфире».

Папарацци — итальянское слово — фотограф знаменитостей.

Плакат (постер) — лаконичное, броское, чаще цветное изображение с кратким текстом, выполненное, как правило, на большом листе бумаги, изготавливается с рекламной, информационной, учебной целью. Должен быть заметным.

Планшет — так называют планшетный компьютер с сенсорным экраном без отдельного системного блока, без клавиатуры и мыши, с ограниченными функциями. Может использоваться в качестве мобильного устройства.

Предубеждение — антипатия, сформированная по отношению к определенным группам людей на основе стереотипов. Предубеждение создает почву для дискриминации группы или лица.

Приближение интересов — правило, согласно которому надо отбирать для публикации материалы, близкие интересам целевой аудитории. Существуют как минимум 6 правил по которым информация может нас заинтересовать — т.н. «правила приближения интересов». Это время, расстояние, эмоции, специфические интересы, популярность, редкость факта.

Пропаганда — процесс распространения фактов, взглядов, убеждений для изменения установок индивида. При этом коммуникатор информирует, разъясняет, убеждает, но компрометирует, манипулирует. Термин носит преимущественно негативный характер. Поэтому в XX веке позитивная пропаганда была заменена другими понятиями: социальная реклама, PR (связи с общественностью), которые и получили впоследствии массовое употребление. Термин «пропаганда» применяется, в основном, в таких сферах, как политика и идеология.

ПТС — передвижная телевизионная станция.

Реклама — информация, цель которой привлечь внимание к объекту рекламирования. Выделяют коммерческую, социальную, политическую рекламу.

Самоцензура — «отказ от свободы по выбору», когда журналист сам решает не подавать определенную информацию; осознанное самоограничение, например, замалчивание некоторых фактов или отсутствие критики власти/определенных политических сил. Мнения касательно данного понятия расходятся. Одни утверждают, что самоцензура работает исключительно в интересах общества, другие — что это проявление страха. Мотивацией могут быть как соображения личной безопасности, так и представления о том, что он (журналист) лучше знает, какая информация полезна людям, а какая — нет.

Связи с общественностью (PR, пиар) — помощь различным структурам в выстраивании их взаимоотношений в обществе.

Смартфон — сочетание мобильного телефона и компьютера; уменьшенная версия планшета.

СМИ — средства массовой информации — то же, что массмедиа.

Социальная реклама — привлечение внимания к социально значимым

проблемам.

Стереотип — устоявшееся представление об элементах физической реальности. Как правило, человек воспринимает мир через систему стереотипов.

Стримы — потоковое видео, транслируемое по интернету в режиме реального времени.

Стрингер — свободный журналист, продающий свои материалы в разные редакции. Другое название - фрилансер.

Таблоид — массовая пресса. В отличие от качественной, которая сориентирована на аудиторию людей, принимающих решения, массовая пресса направлена на размещение развлекательного контента. Таблоид отличается особым типом верстки. Печатается с большим количеством иллюстраций на формате А3. Статьи обычно небольшого размера, зато заголовки могут быть огромными. Часто таблоидами называют «желтую прессу».

Темник — указание властью конкретных тем для освещения или замалчивания их в медиа. Вид цензуры. Вошёл в обиход в Украине во время Майдана 2004 г., когда редакциям ведущих СМИ страны рассылались инструкции с «темами» для освещения или игнорирования.

Факт — реально произошедшее событие.

Фейк — ложь или подделка. Одна из самых распространенных форм манипуляций в медиа сегодня. Чаще всего, это умышленно сманипулированная новость. Иногда фейки — это абсолютные выдумки, фикция.

Фиксер — человек (как правило, местный), помогающий иностранному журналисту готовить материал. Иногда фиксерами выступают местные журналисты, хорошо знающие географию, культуру. Профессия характеризуется повышенной опасностью, так как связана, в основном, с подготовкой материалов о конфликтах и военных действиях.

«Фулл эйчди» (Full HD) — стандарт телевидения высокой четкости с разложением картинки на 1080 строк.

Хэндикам — ручная камера. Сейчас качество съемки ручной камеры в разы лучше, чем полтора десятилетия назад у профессиональных.

Цензура — контроль государства, организаций или группы людей над публичным проявлением мысли и творчества человека. Как правило, проявляется в подавлении идей, тем. В качестве оправдания цензуры часто называют необходимость стабилизировать общество. В частности, цензура — это контроль над содержанием и распространением информации в массмедиа. Источником цензуры могут быть как государственные органы власти, которые имеют влияние на медиа, так и владельцы медиа. В условиях цензуры массмедиа не выполняют свою главную функцию — независимое и честное информирование граждан. В таких условиях медиа становятся инструментами пропаганды.

Язык вражды (ненависти) — слова и выражения, которые подсознательно или явно программируют человека на неприятие, в том числе на агрессию, по отношению к людям иной национальности, вероисповедания, жизненных принципов, привычек. Он разжигает ненависть к определенной группе людей на основе их общих характеристик: национальной принадлежности, пола, сексуальной ориентации и тому подобному. Важная черта — язык ненависти может восприниматься коммуникатором как нейтральный, но он обязательно обидный и неприемлем для объекта высказывания.

Агитация — (от лат. *agitatio* — приведение в движение, побуждение к чему-либо). Устная и печатная деятельность, имеющая целью политическое воздействие на широкие народные массы. Средства массовой информации могут выступать инструментом агитации.*

Аудитория средств массовой информации — неопределенно многочисленная и качественно неоднородная группа людей, вступающих во взаимодействие со СМИ*. Общее количество людей, являющихся читателями, слушателями, зрителями <...>, рынок

потребителей информации. Различаются реальная и потенциальная аудитории конкретных передач, программ, а также радио и телевидения в целом. Потенциальная аудитория – это число людей, имеющих техническую возможность воспринимать информацию (наличие газет, приемников и передающей сети в данной местности); реальная – число читателей, радиослушателей или телезрителей, практически реализующих эту возможность.**

Блог (от англ. blog от web log – сетевой журнал или дневник событий) – вебсайт, содержанием которого является интернет-дневник одного или нескольких авторов, состоящий из записей (изображений или мультимедиа) в обратном хронологическом порядке. Представляя собой среду сетевого общения, характеризуется возможностью публикации комментариев посетителями. Важнейшим условием существования электронного журнала предстает регулярность обновления контента.

Ведущий – журналист, сообщающий новости, организующий беседы, интервью, ток-шоу. Синонимично терминам коммуникатор, модератор.*

Вещание – процесс распространения информации средствами радио- или телевизионной техники. Вещание подразумевает одновременный прием информации, передаваемой из одного редакционно-технического центра, большим количеством людей, с помощью индивидуальных приемных устройств. Различают внутреннее вещание (передачу программ для населения своей страны) и иновещание (передачу программ для населения других стран). По техническому признаку вещание разделяется на эфирное и проводное (кабельное телевидение и радиотрансляционная сеть).*

Газета – печатное периодическое издание, в котором публикуются материалы о текущих событиях*. История термина восходит к XVI веку, когда в Венеции существовала мелкая монетка, называвшаяся словом gazetta, за которую можно было купить листок с новостями. Уже в XVII–XVIII веках в Англии и других европейских странах это слово стало означать периодическую публикацию текстов с различной информацией, но сразу преимущественно по актуальной общественно-политической и культурной тематике. Позже в английском языке укоренилось понятие newspaper, в котором четко выражена атрибутивная особенность этой разновидности СМИ – передача новостей в форме издания на бумаге.**

Главный редактор – председатель редакционно-художественного совета редакции, студии. Дает разрешение на выход в свет каждой телепрограммы, является организатором творческого процесса. Если учредителем главной редакции предоставлены права юридического лица, главный редактор вправе осуществлять прием, перевод, увольнение сотрудников редакции (студии), представлять ее интересы в суде, арбитраже, других государственных органах и общественных организациях и реализовать права, предоставленные законом юридическим лицам.*

Глобализация (globalization) – одна из тенденций развития современных масс-медиа. Включает в себя взаимодействие, кооперацию усилий медийных компаний разных стран на основе развития спутниковых средств связи и других развивающихся способов доставки информационного сигнала, образование транснациональных информационных структур. Одним из проявлений этой тенденции является система международного информационного обмена, в которой участвуют практически все крупнейшие информационные агентства мира. <...> Критики глобализации масс-медиа выступают в защиту национальных культурных традиций от эскалации западной и прежде всего американской информационной продукции. По мнению последних, глобализация в информационной сфере ведет к нивелированию самобытности культур в различных целях и дальнейшему преобладанию коммерческого начала над гуманитарным в деятельности СМИ. Употребляется также понятие глобализация тематики (globalization of the subject matter), под которым понимается трансграничное распространение по каналам СМИ стандартизированных новостных сюжетов и развлекательных программ. Это, например, музыкальный канал MTV, телевизионные новости CNN, Fox News и Sky News, радиовещание BBC и ряд других. <...> Сторонники глобализации считают, что в идеале

глобализационные процессы должны привести к тому, что мировое сообщество будет иметь единую точку зрения на важнейшие события и проблемы, происходящие и существующие на земле. Исчезновение локальности в содержании новостей неизбежно усиливает и так называемую «глобализацию аудитории» – <...> аудитория теряет привязанность к информации в пределах своей страны, а больше интересуется событиями общемирового значения.*

Диктор – сотрудник радио или телевидения, читающий в эфир сводки новостей. Подразумевается, что его роль более пассивна, нежели у комментатора или ведущего программы, которые, как правило, не только читают текст, но и участвуют в подготовке его к эфиру.*

Достоверность информации – 1. Информация, не вызывающая сомнений, подлинная, реальная*. 2. В ст. 57 Закона РФ «О СМИ» речь идет о сведениях соответствующих действительности, т.е. фактах, наличие которых при необходимости можно подтвердить юридически корректными процедурами (с использованием документов, свидетелей, экспертных заключений и т.д.) 3. В практике журналистов достоверными считаются сведения, публикуемые с обязательной ссылкой на источник.**

«Желтая» пресса – популярные, массовые издания, формулу успеха у читателей которых вывел один из отцов основателей жанра Аксель Шпрингер: «Чужая постель, чужие деньги, чужая смерть». Основное содержание: сенсации, сплетни, скандалы из личной жизни известных людей. <...> Характерные особенности этого типа прессы: преувеличение, использование превосходных степеней; крупные, кричащие, интригующие заголовки; обилие иллюстраций, коллажей; систематическое использование обнаженной натуры; конфликтная, агрессивная форма подачи материала; употребление сниженной лексики; основные темы – ужасы, мистика, убийства, секс, частная жизнь известных людей.*

Журналист – лицо, занимающееся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции зарегистрированного средства массовой информации, связанное с ней трудовыми или иными договорными отношениями либо занимающееся такой деятельностью по ее уполномочию.*

Журналистика – 1. Способ деятельности, связанный с поиском, получением, обработкой и распространением общественно значимой информации. 2. Литературно-публицистическая деятельность в журналах, газетах, на радио, телевидении. 3. Периодическое издание в целом.* Область производственно-творческой деятельности, связанной со сбором, обработкой и распространением информации, представляющей общественный интерес, с целью адаптации аудитории печати, телевидения и радиовещания к экономическим, политическим, социальным, культурным изменениям.**

Интеллектуальная собственность – включает права, относящиеся к литературным, художественным и научным произведениям, исполнительской деятельности артистов, звукозаписи, радио- и телевизионным передачам; изобретениям во всех областях человеческой деятельности; научным открытиям; промышленным образцам; товарным знакам, знакам обслуживания, фирменным наименованиям и коммерческим обозначениям; защите против недобросовестной конкуренции.*

Информационное агентство – организация, осуществляющая сбор, обработку и оперативную доставку информации до потребителей, как правило, газет, журналов, телеканалов, радиостанций и т.д. (ИТАР-ТАСС, Интерфакс, РИА-Новости и др.). При распространении сообщений и материалов информационного агентства другим средством массовой информации ссылка на информационное агентство является обязательной.

Информационное общество – футурологическая доктрина, получившая полемическую популярность в 1970-1980-х годах в период нарастания компьютерного бума и наиболее системно изложенная в книге американского культуролога Олвина Тоффлера «Третья волна». Согласно О. Тоффлеру, мир вступает в новую, третью, стадию цивилизации, в судьбе которой решающую роль будут играть информационные

демассифицированные средства связи, существенно меняющие все сферы жизни – от экономики и культуры до образа жизни и мышления. Основу новой экономики составят компьютерные системы, соединяющие между собой все структурные единицы социума, что даст возможность организовать трудовую деятельность, заменив ручные промышленные действия манипулятивно-информационными, что повлечет и изменение отношения людей к самой информации. Она станет восприниматься не в качестве товара, но в качестве стимулятора творческих сил и поисков, постоянное общение с компьютером научит людей хорошо ориентироваться в глобальных информационных пространствах по индивидуальным многовариантным выборам решений, независимо от массовых правил, стандартов и предубеждений. По О. Тоффлеру, в эпоху новой цивилизации, цивилизации «третьей волны», «самым основным сырьем для всего и вся, и таким, которое невозможно исчерпать, станет информация, включающая в себя и воображение», и поэтому «благодаря информации, обретающей гораздо большее значение, нежели когда-либо раньше, новая цивилизация начнет перестраивать образование, определять границы научных исследований и, кроме того, реорганизовывать сами средства коммуникации».*

Информационный повод — журналистский термин, означающий необходимую текущую информацию, позволяющую опубликовать определенный материал и привлечь к нему как к событию внимание аудитории: факт, непосредственно имевший место сегодня, вчера или в течение месяца (в зависимости от периодичности органа); юбилей или памятная дата; вновь открывшаяся неожиданная информация о хорошо известном; возврат популярности на время забытого события прошлого или ньюсмейкера.*

Информация – сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от формы их представления*. Информация уменьшает степень неопределенности, неполноту знаний о лицах, предметах, событиях и т.д.

Инфотеймент – (от англ. information и entertainment) – развлечение информированием, «информируя, - развлекай». Следуя этому способу подачи материала, журналист находит и приводит в материалах на любые, в первую очередь, «серьезные» темы, - занимательные детали и сюжеты.*

Качественная пресса (quality paper – брит. солидная газета) – издания, рассчитанные на высокообразованного читателя со средним и высоким доходами.*

Кодекс профессиональной этики российского журналиста – документ, предназначенный для внутреннего саморегулирования журналистского сообщества. Одобрен Конгрессом журналистов России 23 июня 1994 года в Москве. Состоит из десяти статей, которые нормируют взаимоотношения журналистов с государством, обществом, аудиторией, источниками информации, коллегами. Подчеркивается обязательность: использования журналистом только достоверной информации, исправления ошибок, соблюдения конфиденциальности получения информации, уважения чести и достоинства людей. Кодекс предполагает недопустимым для журналиста: распространение заведомо ложных сведений, использование незаконных способов получения информации, получение вознаграждения или гонораров от третьих лиц за публикацию материалов, совмещение журналистской работы с участием в органах государственной власти, сочетание журналистской и рекламной деятельности.*

Концентрация СМИ – сосредоточение в руках одного владельца (учредителя) нескольких разнотипных средств массовой информации, приводящее к монополизации информационного рынка.

Копирайтер (copywriter) – рекламный специалист, создающий на основе творческого задания (брифа) идеи, концепции и тексты для всех видов рекламы. Копирайтинг представляет собой процесс написания сценариев, рекламных текстов, слоганов, заголовков и т.п., разработку для web-сайта контента, способного привлечь клиентов к Интернет-ресурсу, компании или ее услугам.

Корреспондент – обеспечивает редакцию оперативной информацией и другими материалами событийного характера, готовит и ведет телевизионные репортажи с места

событий, выступает в передачах с собственными материалами. Корреспондент принимает участие в разработке перспективного и текущих планов отдела, редакции, организует выступления политических деятелей, специалистов народного хозяйства, представителей науки и культуры.*

Манипуляция в СМИ – вид целенаправленного или ситуативно обусловленного психологического воздействия при посредстве масс-медиа, используемый для достижения одностороннего, как правило, выигрыша посредством скрытого побуждения всей аудитории или какой-то ее части к принятию каких-либо установок или к совершению определенных действий.*

Массовая информация – предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы.*

Массовая коммуникация – процесс распространения информации с помощью технических средств: радио, телевидения, кинематографа, печати, Интернет, мобильных телефонов – на численно большие рассредоточенные аудитории.

Независимость СМИ – наиболее дискуссионный термин в теории и практике СМИ. Одна из точек зрения предполагает независимыми СМИ, которые не финансируются, не дотируются, не льготируются государством, тем самым, не подвергаются контролю со стороны государства в области содержания и формы журналистских материалов. Разделяющие вторую точку зрения, считают, что независимыми СМИ могут быть только те, кто сами зарабатывают необходимые средства для нормального функционирования и за все платят самостоятельно. Третьи полагают, что независимых СМИ нет и не может быть, т.к. список зависимостей не ограничивается только государственной и финансовой. СМИ зависят от аудитории, таланта и профессионализма журналистов и т. п. Целесообразнее разделять СМИ на государственные (или с участием государственных структур) и частные.*

Новости – новые сведения, известия, сообщения о важнейших событиях в стране и мире. <...> Английское news обозначает собственно новости с того времени, когда появляется массовая печатная пресса, существуют сленговые понятия news-maker (нюсмейкер), newshawk (охотник за новостями), news digger-upper (копатель новостей). В англоязычной журналистике существует также понятие Soft news – «мягкие новости», подразумевающее информацию, которая может нести на себе печать авторской индивидуальности как в выборе событий, так и в форме изложения сообщений о них. <...> В западной журналистике выделяют как отдельную категорию «экстренные новости» (news flash) – предельно краткие сообщения о новейших событиях, которые, как правило, не содержат в себе никаких подробностей, ставя целью простую констатацию факта.*

Ньюсмейкер (англ. newsmaker – «делатель новостей») – человек, являющийся или потенциально способный стать источником новостной информации. Чаще всего – по должности. Глава государства, глава правительства, спикер парламента – ньюсмейкеры номер один. Кроме того – лидеры политических партий, министры (особенно те, которые возглавляют ведомства, где чаще рождаются новости: МЧС, МВД, МНБ и т.д.). Ньюсмейкером можно считать ученого, работающего на каком-то направлении, имеющем потенциальную сенсационность. Естественно, к этой категории относятся пресс-секретари разного рода, «специалисты по связям с общественностью» и т.п. Близко по содержанию понятию коммуникатор, в западной журналистике используется также близкий по смыслу термин newsbreak.*

Обратная связь – в журналистике – естественная или специально организованная реакция читателей, слушателей, зрителей на журналистские выступления. Каналы ОС: письма, телефонные звонки, посещения редакций, электронная почта, читательские (зрительские) конференции, фокус-группы, телефонные опросы, специальные конкретно-социологические исследования.*

Объективность журналистики – «объективный – существующий вне сознания и независимо от него; лишенный предвзятости; беспристрастный»*. Объективность – один из основных принципов профессиональной деятельности работников печати, радио и телевидения, предполагающий полное, всестороннее, исчерпывающее описание события, явления с использованием необходимого и достаточного количества фактических сведений. Объективность являет собой также и способ предъявления информации, который исключает эмоции, отделяет факты от мнений, беспристрастно описывает, обеспечивает точность сведений и сбалансированность мнений, представляет конкурирующие точки зрения с тщательным использованием знаков цитирования, излагает информацию в разумной последовательности.**

Паблик рилейшнз (PR) – (англ. public relations) – 1. Связи с общественностью. 2. Служба связи с общественностью.* «Public Relations» – это искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности.** Паблик рилейшнз – управленческая функция, которая помогает определить цели и философию организации, содействовать адаптации к изменениям в ее работе. Практики ПР устанавливают связи со всеми необходимыми и значимыми деятелями для согласования целей организации и ожиданий общественности, они развивают, осуществляют и оценивают программы организации, которые продвигают влияние и понимание между организацией и общественностью.***

Периодическое печатное издание – газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное название, текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год.*

Пропаганда – распространение и углубленное разъяснение каких-либо идей, учения, знаний.* Процесс распространения идей, норм, взглядов, ценностей, знаний и т.п. с целью внедрения в поведенческие установки людей.**

Профессиональная этика журналиста – область этики, изучающей нормы, правила, стандарты творческого поведения в журналистской среде, одна из форм саморегулирования профессиональной деятельности, где субъектом и объектом одновременно выступает профессиональное журналистское сообщество, в отличие от других форм контроля, где субъектами регулирования выступают государство и общество. <...> Основу внутрицехового морального регулирования составляет осознанное намерение журналистов исполнять нормы и правила, выработанные внутри корпорации (редакции, ассоциации, клуба и т.п.). Профессионально-этическому регламентированию подвергаются взаимоотношения журналистов с владельцами, учредителями, органами власти, аудиторией, источниками информации, героями (персонажами) материалов, внештатными авторами, коллегами. Совокупность выработанных сообществом этических норм, фиксируется как правило, в кодексах, хартиях, декларациях, канонах, принципах, пактах, меморандумах, конвенциях.*

Псевдоним – (*греч.* – pseudos – ложь и оупта – имя) – условное имя автора или артиста, представителя любой творческой профессии, которое заменяет его настоящее имя и фамилию (либо и то и другое). Законом раскрытие псевдонима без согласия автора обычно не допускается, кроме случаев, когда псевдоним используется в целях фальсификации авторства. В качестве псевдонима может быть указано любое имя или вымышленное наименование.*

Публицистика – род литературы и журналистики; рассматривает актуальные политические, экономические, литературные, философские и другие проблемы с целью воздействовать на современное общественное мнение, нравы и существующие политические институты, укрепить или изменить их в соответствии с классовым интересом (в классовом обществе) или социальным и нравственным идеалом.* Публицистика – один из видов журналистских текстов, основными характеристиками которого являются актуальность и масштабность разрабатываемой темы, эмоциональная

насыщенность изложения, тенденциозность и пристрастность автора, полемичность, литературное мастерство.**

Радиожурналистика – 1. Вид журналистской деятельности, основанный на использовании технических средств радиовещания. 2. Совокупность радиопередач, относящихся к сфере журналистики (в отличие от передач, относящихся к сфере радиоискусства), результат деятельности радиожурналистов. Радиожурналистика обладает рядом специфических свойств, отличающих ее от других видов журналистики. К ним, в частности, относятся: чрезвычайно высокий уровень оперативности, особый характер эмоционального воздействия на аудиторию и вследствие этого – структурное своеобразие композиционных решений исходного журналистского материала, специальные приемы организации внимания аудитории и др.*

Рейтинг телепередачи (программы, канала) – размер телеаудитории, выраженный в абсолютных цифрах или в процентах от общей телеаудитории местности, региона, страны и т.д. Имеет значение как показатель экономической рентабельности телекомпании и один из критериев при телепрограммировании. Является основным критерием при определении стоимости эфирного времени для рекламодателей. Для кабельного телевидения определяется, исходя из количества абонентов. Для телекомпаний, распространяющих телевизионный сигнал эфирным и открытым (некодированным) способом – чаще всего путем проведения социологических опросов.*

Реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.*

Свобода массовой информации – беспрепятственное распространение предназначенных для неограниченного круга лиц печатных, аудио-, аудиовизуальных и иных сообщений и материалов. Ст. 29, п. 5 Конституции РФ содержит норму: «Гарантируется свобода массовой информации. Цензура запрещается». Однако Закон РФ «О СМИ» предусматривает ответственность журналистов за злоупотребление свободой массовой информации, а именно: не допускается использование средств массовой информации в целях совершения уголовно наказуемых деяний, для разглашения сведений, составляющих государственную или иную, охраняемую законом тайну, для призыва к захвату власти, насильственному изменению конституционного строя и целостности государства, разжигания национальной, классовой, социальной, религиозной нетерпимости или розни, для пропаганды войны, а также для распространения передач, пропагандирующих порнографию, культ насилия и жестокости.*

Свобода печати – представляет собой возможность создавать, учреждать, производить и распространять информационную продукцию в форме периодического издания. С момента возникновения печати в разных государствах такая возможность представлялась отнюдь не всем, более того, ограничения носили характер от крайне либеральных до жестко тоталитарных условий предоставления права издавать периодические издания. Например, в авторитарных государствах пользоваться прессой могли только те, кто получил патент (разрешение, лицензию) от верховной власти; в экономически продвинутых странах с развитыми демократическими институтами право производить и распространять печатную продукцию получали те, у кого существовали экономические возможности. В странах, где государственной идеологией признавался коммунизм, пресса могла принадлежать только определенным социальным слоям и классам. В Советском Союзе, например, основными учредителями, издателями и владельцами газет, журналов (телевидения и радио) являлись государственные и партийные структуры. Конституция Российской Федерации 1993 года определяет: «Каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом». Законные способы

определяются принятыми в Российской Федерации законами, а именно: «О средствах массовой информации», «О государственной тайне», «Об информации, информатизации и защите информации», «О рекламе» и другими. Кроме того, отдельные стороны деятельности прессы регулируются соответствующими статьями Уголовного, Гражданского, Административного, иных кодексов.*

Свобода слова – возможность выражать мнения, оценки, суждения беспрепятственно, без ограничений. Однако и эта возможность в разных обществах имеет свои пределы, ст. 29, например, Конституции РФ содержит норму: «Каждому гарантируется свобода мысли и слова». Одновременно в Основном законе России прокламируются: права граждан на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну, защиту чести и доброго имени, на тайну переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных и иных сообщений (ст. 23); недопустимость пропаганды или агитации, возбуждающих социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду (ст. 29).*

Социальная ответственность журналиста – «В журналистике информация понимается как общественное благо, а не предмет потребления. Это означает, что журналист разделяет ответственность за переданную информацию. Он ответственен не только перед теми, кто контролирует средства массовой информации, но прежде всего перед широкой общественностью, принимая во внимание различные социальные интересы. Социальная ответственность журналиста требует, чтобы во всех обстоятельствах он действовал в соответствии со своим нравственным сознанием».*

Союз Журналистов Российской Федерации – федерация журналистских организаций России. История СЖ РФ восходит к 1956 году, когда ЦК КПСС принял решение о создании Союза журналистов СССР.*

Спичрайтер (speechwriter) – специалист по подготовке речей, докладов, презентаций для публичных выступлений. Как правило, принимает непосредственное участие в практической подготовке выступающего.

Средства массовой информации (СМИ) – периодическое печатное издание, радио-, теле-, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации.* Совокупность организаций (учреждений), основной целью которых выступает сбор, обработка и распространение информации. Средства массовой информации зачастую называют термином «масс-медиа» (mass media).

Телевидение – область науки, техники и культуры, связанная с передачей зрительной информации (подвижных изображений) на расстояние радиоэлектронными средствами; собственно способ такой передачи. Наряду с радиовещанием Т. — одно из наиболее массовых средств распространения информации (политической, культурной, научно-познавательной, учебной) и одно из основных средств связи, используемое в научных, организационных, технических и др. прикладных целях (например, в системах диспетчеризации и контроля в промышленности и на транспорте, в космических и ядерных исследованиях, в военном деле и т. д.).*

Формат (в широком смысле) – система всего вещания данной станции (канала). Формат (в узком смысле) – концепция вещания, включающая в себя содержание, ритм вещания, эстетические нормы программирования, манеру работы ведущих и структурирование программных элементов в соответствии с потребностями целевой аудитории.

Фотокорреспондент – осуществляет внестудийные фотосъемки репортажного, событийного, очеркового характера, готовит фоторепродукции, в случае необходимости обеспечивает выбор природы для изготовления фотофондов, фотодекораций.*

Фрилансер – (англ. freelancer – «свободный копьеносец», наёмник, в переносном значении – вольный художник) – человек, выполняющий работу без заключения долгосрочного договора с работодателем, нанимаемый для выполнения определённого

перечня работ (внештатный работник). Будучи вне штата какой-либо компании, фрилансер может одновременно выполнять заказы для разных клиентов.

Целевая аудитория – большая часть «реальной» аудитории с определенными социально-демографическими признаками (пол, возраст, социальный статус). Реальная же аудитория – это та часть слушателей / зрителей / читателей, которые ориентированы на данную станцию, канал, постоянно слушают или смотрят это СМИ и считают его своим. Например, целевая аудитория Первого канала, по оценкам специалистов, это «женщины старше 50 лет».

Цензура – 1. Система государственного надзора за печатью и средствами массовой информации, а также учреждение, осуществляющее такой надзор.* 2. Требование от редакции средства массовой информации со стороны должностных лиц, государственных органов, организаций, учреждений или общественных объединений предварительно согласовывать сообщения и материалы, а равно наложение запрета на распространение сообщений и материалов, их отдельных частей.**

«Четвертая власть» (Fourth Estate – «четвертое сословие») – метафорическое определение места и роли журналистики, средств массовой информации в обществе наряду с традиционными ветвями власти: законодательной, исполнительной, судебной. Английский политик Эдмунд Берк, нарекший этим именем прессу еще в конце XVIII в., явно не ожидал, что оно будет принято всерьез, ибо его высказывание было пронизано иронией в большей степени, чем уважением к журналистской профессии.*

Эффективность и действенность журналистики (действенность, результативность) – совокупность результатов воздействия на сознание, психологию и поведение аудитории, человека, социальной группы и общественной системы*. Существуют прямые эффекты от выступлений в печати и эфире, когда результат воздействия на реальную практику совпадает с задачей журналиста, и обратные, когда ситуация развивается в прямо противоположном задуманному журналистом (редакцией) направлении. Содержательный показатель эффективности журналистских выступлений – принятие уполномоченными структурами решений, меняющих жизненную ситуацию. Формальные показатели: ответы заинтересованных организаций и граждан, письма-отклики, звонки в редакцию. ЭЖ повышается: при поддержке СМИ органами власти, общественными объединениями, политическими организациями, гражданами; профессионально корректной разработкой журналистами общественно значимых проблем.**