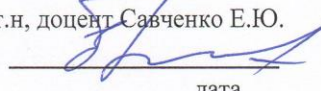


УЧЕБНО-НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ КОМПЛЕКС  
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ КЫРГЫЗСТАНА»

УТВЕРЖДЕНО  
Ректор НОУ УНПК «МУК»  
к.т.н, доцент Савченко Е.Ю.

  
дата

Институт Мировых языков и Международных Отношений

Кафедра Международные Отношения

Название дисциплины СМВ в свете современных проблем МЭО

Название и код направления подготовки 530800

Квалификация выпускника магистр

Форма обучения (очная/заочно)

Составитель (и): преподаватель Мытыев М.Ч.

График проведения модулей  
семестр

неделя	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
лекц. зан.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
прак./лаб. зан.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

СОГЛАСОВАНО

Протокол заседания кафедры

№ 2 от 22.09.18

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой

Дата

подпись

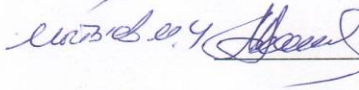


Мытыев М.Ч.

Составитель

Дата

подпись



Директор Научной библиотеки

Дата

подпись



Асанова Ж.Ш.

БИШКЕК 2018

## ОГЛАВЛЕНИЕ

### Аннотация

<b>Учебно-методический комплекс дисциплины (модулей)</b> .....	2
<b>1. Пояснительная записка</b> .....	2
1.1 Миссия и Стратегия .....	3
1.2 Цель и задачи дисциплины .....	3
1.3 . Формируемые компетенции, а также перечень планируемых (ожидаемых) результатов обучения по дисциплине (знания, умения владения), сформулированные в компетентностном формате.....	3
1.4 . Место дисциплины в структуре основной образовательной программы.....	4
<b>2. Структура дисциплины</b> .....	4
<b>3. Содержание дисциплины</b> .....	5
<b>4. Конспект лекций</b> .....	5
<b>5. Информационные и образовательные технологии</b> .....	9
<b>6. Фонд оценочных средств для текущего, рубежного и итогового контролей по итогам освоения дисциплины</b> .....	9
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины .....	10
6.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.....	11
6.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	12
6.4. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.....	13
<b>7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины</b> .....	13
7.1 Список источников и литературы .....	13
7.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины .....	14
<b>8. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся</b> .....	14
8.1. Планы практических (семинарских) и лабораторных занятий. Методические указания по организации и проведению.....	15
8.2. Методические указания для обучающихся, по освоению дисциплины.....	18
8.3. Методические рекомендации по подготовке письменных работ .....	19
8.4. Иные материалы.....	22
<b>9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модулей)</b> .....	24
<b>10. Глоссарий</b> .....	26
<b>11. Приложения (отсутствуют)</b>	

## **АННОТАЦИЯ**

Автор пытается определить влияние СМИ на международные отношения и принятие внешнеполитических решений. В статье рассматривается процесс достижения государством своих интересов посредством использования медиа ресурсов.

## **УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЕЙ)**

### **1. Пояснительная записка**

#### **1.1. Миссия и стратегия**

*«Подготовить профессионалов к своей будущей деятельности, путем создания новых знаний, способствовать сохранению и приумножению нравственных, культурных и научных ценностей общества»*

Международная аналитическая журналистика является эффективным инструментом информационного обеспечения самых различных социальных явлений, включая интеграционные и реинтеграционные процессы в международных отношениях.

Научное осмысление реалий и перспектив этой непростой сферы журналистики сегодня как никогда актуально. Ведь международная информация играет все более значимую роль в жизни социума, соответственно, отечественная международная журналистика является эффективным инструментом формирования национальной позиции по широкому кругу международных проблем, защиты национального информационного пространства от потоков лжи и манипуляций.

Не будет преувеличением утверждение, что для понимания происходящих на мировой арене процессов, для разъяснения их значения и влияния на судьбу каждого человека широким слоям населения от журналистов-международников требуются высокий профессионализм, специальные знания. О том, как учить магистрантов-международников, как освещать бурные события в мире с позиций национальных интересов, на конференции обменяются мнениями ученые и практики, которые работают в отечественных медиа.

В связи с расширяющимися международными связями в разных сферах особую актуальность приобретают проблемы межкультурной деловой коммуникации, когда процесс коммуникации происходит в условиях несовпадения национально-культурных стереотипов мышления и поведения, включая ситуации делового взаимодействия. И такие факторы, как язык, лингвистическая индивидуальность, жесты, традиции, национальный характер и т. д. играют решающую роль в межкультурной деловой коммуникации.

#### **1.1. Общие цели учебной дисциплины.**

Дать магистрантам знания об основных тенденциях развития СМИ, выявить ее роль в международных отношениях и мировой политике.

Провести системный анализ основных концепции, изучающих мировые проблемы, о роли этих проблем в управлении современными международными отношениями, об особенностях актуальных проблем в различные исторические эпохи и о главных направлениях актуальных проблем в период глобализации.

Добиться у магистрантов понимания актуальных проблем для поддержания стабильности в мире и развития нормальных отношений между государствами, особенно в условиях, когда международная система переживает глубокие и динамичные перемены.

#### **Задачи освоения дисциплины.**

Дисциплина «СМИ в освещении современных проблем международных отношений» направлена на:

- формирование у магистрантов целостного представления о современных тенденциях международной жизни, дипломатии, системах международных отношений, международных организациях;
- обеспечение понимания роли СМИ как базового элемента международных отношений;
- овладение навыками анализа и прогнозирования международных событий.

### 1.3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
Общекультурные Компетенции (ОК)	<ul style="list-style-type: none"><li>- способность к социальной и профессиональной адаптации, социальной и профессиональной мобильности;</li><li>- способность использовать знания в области естественнонаучных дисциплин;</li><li>- базироваться на принципах научного подхода в процессе формирования своих мировоззренческих взглядов;</li><li>- умение использовать естественнонаучные знания в своей социальной и профессиональной деятельности.</li></ul>
Профессиональные Компетенции (ПК)	<ul style="list-style-type: none"><li>- ориентация в основных мировых тенденциях развития медиаотрасли, (содержательных и технологических);</li><li>- понимание процессов конвергенции, осведомленность в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа;</li><li>- знание основ организации научного исследования в сфере журналистики и в целом в СМИ;</li><li>- осуществлять селекцию, редактирование, компоновку, перепакетирование и ретрансляцию информации, получаемой из Интернета или поступающей от информационных агентств, других СМИ, органов управления, служб изучения общественного мнения, PR- и т.д.</li></ul>

### 1.4. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования.

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Профессиональный" основной образовательной программы.

Осваивается на 2 курсе, 3 семестр.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: знание структуры международных отношений; понимание особенностей прогнозирования в международной сфере; умение анализировать внешнеполитическую деятельность государства.

**В результате освоения дисциплины магистрант:**

**1. должен знать:**

Знать: теорию международных отношений, их современные тенденции и особенности развития в контексте СМИ.

**2. должен уметь:**

Уметь (владеть): анализировать внешнеполитическую деятельность государства.

**3. должен владеть:**

Основным понятиями, подходами и типологией международных отношений; методиками анализа особенностей их функционирования на современном этапе с выделением особенностей и тенденций развития в контексте СМИ; навыками работы с тем или иным средством массовой информации с учетом его специфических особенностей.

**4. должен демонстрировать способность и готовность:**

Владеть наиболее значимыми для журналистики понятиями, принципами и категориями международных отношений; ориентироваться в международном содержании журналистики; знать наиболее важные современные медиамодели мироустройства; иметь представление о месте и роли в общей системе мировой политики и осознанно выработать собственную линию профессионального поведения в эпоху глобализации.

**2. Структура дисциплины для очной формы обучения**

Изучаемая дисциплина «СМИ в освещении современных проблем международных отношений» в рамках рабочей программы составляет 3-кредита – в течение 17 недель, 51 часов, из них: 17 часов лекций и 34 часа семинарских занятий.

Кол-во недель	Наименование занятий	Кол-во часов лекций	Кол-во часов сем-х
1	Теоретико-методологические основы МО и их значение для международной журналистики.	1	2
1	Глобальные тенденции мировой политики и их отражение в СМИ.		
2	Роль СМИ в мировой политике и межгосударственных отношениях.	1	2
2	Развитие радиовещания и зарождение телевидения в странах Европы и США в первой половине XX века.		
3-4	Методологические аспекты творческой деятельности журналиста.	2	4
3-4	Научно-технический прогресс и развитие мировой журналистики в XIX-XX вв.		
5	Влияние СМИ на международный климат. Роль СМИ в отношениях доверия между странами.	1	
5	Характер взаимоотношений СМИ и властных структур.		2
6	Освещение в СМИ вооруженных конфликтов и вопросы гуманитарного характера.	1	
6	Сравнительный анализ отечественных и зарубежных традиций в освещении вооруженных конфликтов и гуманитарных проблем.		1

<b>6</b>	Модуль №1		1
<b>7-8</b>	Политическая социология международных отношений. Телевидение и вооруженные конфликты.	2	
<b>7-8</b>	Зарубежные масс-медиа во второй половине XX века. Общая характеристика основных тенденций.		4
<b>9-10</b>	Аналитические жанры современной журналистики.	2	
<b>9-10</b>	Современные зарубежные теории СМИ.		4
<b>11-12</b>	Аналитическая журналистика в системе информационного обеспечения интеграционных процессов.	2	
<b>11-12</b>	Международная журналистика – гарант доверия к мировым СМИ.		3
<b>12</b>	Модуль № 2		1
<b>13-14</b>	Новейшие технологии PR в контексте крупнейших международных поводов для мировых СМИ.	2	
<b>13-14</b>	Социальные масс-медиа в системе зарубежных интернет-СМИ.		4
<b>15-16</b>	Международные отношения на постсоветском пространстве: тенденции развития; специфика и характер отражения в масс-медиа.	2	
<b>15-16</b>	Журналисты и журналистика в международных отношениях.		3
<b>16</b>	Модуль №4		1
<b>17</b>	Глобальные тенденции мировой политики и их отражение в СМИ.	1	
<b>17</b>	Международные отношения в Европе: тенденции развития; специфика и характер отражения в масс-медиа.		2
	Всего часов:	5	10

### 3. Содержание дисциплины.

Адресат курса: Дисциплина преподается магистрантов кафедре «МО» и предназначена для магистрантов обучающихся специальности «Международные отношения».

Компетенции, которые может повысить обучающийся:

Овладение курсом «Международные отношения и средства массовой информации» повышает профессиональную компетенцию магистрантов с точки зрения обеспечения высокого уровня их теоретико-методологической и практической подготовки. Развивает знание политической системы на глобальном, региональном и государственном уровнях. Аналитические, системные и коммуникационные компетенции. Способность к эффективному делегированию обязанностей, достижения компромиссов, управление конфликтами. Четкое определение миссии, видения, ценности и стратегии. Формирует такие профессиональные качества дипломатического служащего, которые бы максимально учитывали все многообразие нынешнего этапа мирового развития, где множество международных конфликтов решаются за столом переговоров.

### 4. Конспект лекций

**Тема: Роль СМИ в мировой политике и межгосударственных отношениях.**

Освещение деятельности международных организаций: международная организация - это объединение государств в соответствии с международным правом и на основе международного договора для осуществления сотрудничества в политической, экономической, культурной, научно-технической, правовой и иных областях имеющая необходимую для этого систему органов, права и обязанности, производные от прав и обязанностей государств в автономную волю, объем которой определяется волей государств - членов.

Современные международные организации делятся на 2 основных типа:

1. Межправительственные; 2. Неправительственные организации.

Освещение актуальных проблем человечества и путей их решения. Журналисты должны осознавать реальное положение дел и свою роль в поисках адекватных ответов на проблемы времени. В связи с этим выдвигаются такие основные направления: 1. Ознакомить массовую аудиторию с идеями глобалистики и данными мониторинга за развитием планетарного кризиса, полученных в научно-исследовательских центрах.

2. Ознакомить массовую аудиторию с деятельностью научно-исследовательских центров изучающих возможности нейтрализации деструктивных процессов на Земле.

3. Ознакомить массовую аудиторию с идеями альтернативистики - направления футурологии, разрабатывающих "безопасные параметры" развития земной цивилизации.

4. Организовать диспуты и дискуссии, посвященные осмыслению идей глобалистики и альтернативистики.

5. Ознакомить массовую аудиторию с научными разработками, направленными на решение внутри российских проблем с учетом требований безопасного развития земной цивилизации.

### **Тема: Влияние СМИ на международный климат. Роль СМИ в отношениях доверия между странами**

Насколько велика роль прессы, всех СМИ в распространении, внедрении в человеческом сознании народов принципов толерантности, взаимоуважения и доверия? Хочется ответить: и велика, и мала одновременно. Чересчур огромна сама задача. СМИ находятся, в подавляющем большинстве своем, в руках политиков и сильных мира сего. И каждый из них преследует свои интересы. Порой эта задача прессы по пропаганде толерантности и доверия кажется мне вовсе неподъемной и даже утопичной.

В настоящее время СМИ являются настолько мощным инструментом по влиянию на подсознание людей, а отсюда и по формированию их поведения, что невольно ловишь себя на мысли, возможно ли вообще в наше время переформатировать, переориентировать масс-медиа на формирование отношений взаимодоверия и благорасположения между странами и народами? Между политическими элитами и правящими кругами разных государств.

Средства массовой информации, безусловно, в наше время оказывает на международный климат существенное влияние. Велика роль СМИ, масс-медиа, и в формировании тех или иных взаимоотношений между странами и народами. Но, думаю, не следовало бы фанатично преувеличивать влияние СМИ на все и вся. Все-таки, масс-медиа, включая интернетные издания, остаются орудием тех, кто «платит и заказывает музыку», инструментом тех, кто стремится управлять большинством, доминировать над странами и народами, заставляя их покоряться себе и своим союзникам, идти или «стоять» по указанному ими пути.

По мнению специалиста американский журнал «Ю.С. ньюс энд уорлд рипорт», старшего редактора Уоррена СТРОУБЛА «СМИ не формируют внешнюю политику. Но в наш информационный век внешнюю политику невозможно формировать без СМИ». Это очевидно. Но что мы наблюдаем сегодня в реальной международной жизни?

«Четвертая власть», а некоторые называют профессию журналиста второй древнейшей, которая зачастую, в реальной жизни, не оказывается ни той, ни другой, никакой властью вообще не является. А скорее всего, СМИ выступает в роли служанки той власти, которую они обслуживают. Исключения есть. Но голосок тех «исключений» банально тонет в мощном хоре «служанок».

Как утверждает уже упомянутый мной журнал «Ю.С. ньюс энд уорлд рипорт», нынешний мир, насыщенный различными масс-медиа, не отменяет необходимости сильного политического руководства. Пожалуй, эта необходимость даже усиливается. Не заменяют СМИ и конфиденциальную дипломатию, и многое-многое другое. И в то же время из наиболее интересных явлений информационного века — это демократизация доступа к средствам массовой информации, означающая рост числа групп, способных влиять на внешнюю политику. Как уже говорилось, политики и дипломаты не считают, что их места узурпированы масс-медиа. Однако теперь они должны делить политическую арену с неправительственными группами, включая правозащитные и группы по оказанию помощи, аморфные коалиции активистов, создаваемые по различным поводам, и даже армии повстанцев и террористов. Но что мы видим сегодня не в теории, а вокруг нас, в реальной жизни? Средства массовой информации, особенно электронные, давно превратились преимущественно в оружие массового психопрограммирования. Применяется главным образом не метод убеждения и логики, основанные на законе свободной воли, а тотальная гипнотизация, воздействие на подсознание, т.е. внушение.

В числе наиболее значимых функций современных СМИ многие эксперты называют формирование массового сознания (идеологическое или социально ориентированное). Оно включает в себя широкий спектр воздействия – сообщение о фактах, событиях, манипуляция общественным мнением, воздействие на ценности, идеалы, мировоззрение аудитории.

### **Тема: Политическая социология международных отношений**

Традиционно понимаемый коренной национально-государственный интерес включает три основных элемента: военная безопасность; экономическое процветание и развитие; государственный суверенитет как основа контроля над определенной территорией и населением.

Однако в наши дни как эти элементы, так и содержание национального интереса в целом претерпевают существенные изменения под давлением новых фактов и обстоятельств. Бурное развитие производительных сил, средств массовой коммуникации и информации, новые достижения научно-технической революции, усиливающаяся интернационализация всех сторон общественной жизни, возникновение и обострение глобальных проблем, растущее стремление людей к демократии, личному достоинству и материальному благополучию все это трансформирует интересы участников международных отношений, ведет к переформулированию целей их взаимодействия.

В соответствии с таким пониманием в настоящее время наиболее мощным средством достижения международными авторами своих целей становится «структурная сила» способность обеспечить удовлетворение четырех социальных потребностей, которые лежат в основе современной экономики: безопасность (в том числе и оборонительная мощь), знание, производство и финансы. Структурная сила изменяет рамки мировой экономики, в которых взаимодействуют друг с другом современные авторы международных отношений. Она зависит не столько от межгосударственных отношений, сколько от системы, элементами которой являются различные типы потребления, способы



поведения, образы жизни. Эта система не зависит от территориального деления мира.

Власть над идеями, кредитами, технологиями и т.п. не нуждается в территориальных границах. Она распространяется через таких агентов, как банки, предприятия, средства массовой информации и т.н. Границы, которые прежде служили гарантией безопасности, защищали национальную валюту и национальную экономику, стали теперь проницаемыми.

Структурная сила влияет на предмет, содержание и исход тех или иных международных переговоров, определяет правила игры в той или иной области международных отношений. Кроме того, что особенно важно, она используется ее обладателями для непосредственного воздействия на конкретных индивидов: производителей, потребителей, инвесторов, банкиров, клиентов банков, руководящих кадров, журналистов, преподавателей и т.д. Тем самым, считает С. Стренж (Англия), происходит формирование огромной внетерриториальной транснациональной империи со столицей в Вашингтоне.

В указанных основных измерениях глобальной политической экономии, считает она, США располагают более значительными средствами влияния, чем кто-либо еще. Увеличивая их притягательную власть, это влияние усиливается еще и тем обстоятельством, что США способны использовать все четыре измерения одновременно.

### **Лекция. Тема: Аналитические жанры в современной журналистике**

Целевые установки могут быть: не предусматривающими определенного идеологического или иного воздействия на аудиторию (имеется в виду нацеленность на удовлетворение коммерческих интересов издания); предусматривающими определенное воздействие. Оно может быть результатом: а) объективного информирования; б) манипулятивного воздействия (или дезинформации). Рассказывая о каком-то событии, журналист может поставить своей целью, например, в нескольких словах познакомить читателя с этим событием, кратко обозначить его причину, лаконично выразить свою оценку. В результате будет написана информационная заметка.

Творческие целевые установки, наиболее часто реализуемые журналистами в разных ситуациях и в максимальной мере влияющие на характер текстов: Описание предмета, выявление причинно-следственных связей, оценка предмета отображения, прогноз развития предмета отображения, формулирование программы действий.

Две основные группы методов: рационально-познавательные и художественные методы. Рационально-познавательные методы включают в себя два уровня познания – эмпирический и теоретический. Результат эмпирического исследования предстает в журналистике как поток информационных публикаций. Применение теоретического уровня познания приводит к созданию текстов, составляющих основной поток аналитических публикаций. Применение художественных методов в журналистике обычно идет параллельно с применением рационально-познавательных, что приводит к созданию не собственно художественных, а художественно-публицистических произведений.

Эмпирические методы: метод наблюдения, метод проработки документов, методы интервью, беседы, опроса, анкетирования, опрос, метод эксперимента.

Теоретические методы: две основные подгруппы: формально-логические, или методы выводного знания, и содержательно-логические (диалектические).

Формально-логические методы. Индуктивное умозаключение и дедуктивное умозаключение, традиционное умозаключение. Такой метод применяется в двух основных формах: сравнения и аналогии.

Содержательно-логические методы исследования. В отличие от формально-логических методов, предполагающих неизменность явлений, по отношению к которым выносятся те или иные суждения: методы анализа и синтеза, гипотетический метод, метод историзма, логический.

Художественный метод. Суть метода заключается в безграничном применении авторской фантазии, вымысла, которые дают необходимую для творца свободу создания художественного образа и выявления через него «правды жизни в целом».

### **Тема: Аналитическая журналистика в системе информационного обеспечения интеграционных процессов**

Аналитическая журналистика является эффективным инструментом информационного обеспечения самых различных социальных явлений, включая интеграционные и реинтеграционные процессы современности. Под информационным обеспечением того или иного сегмента материальной или духовной деятельности социума подразумевается система функционирования информационных потоков, направленная на формирование у целевой аудитории (внутренней или внешней) устойчивых представлений о предмете и объекте информирования. Информационное обеспечение может быть конструктивным, основанным на творческих формах подачи информации и направленным на формирование объективных, адекватных образных представлений о предмете. Или деструктивным, основанным на манипуляторских технологиях, ставящих целью создание заданного имиджа. Информационное обеспечение в значительной степени синонимично понятию идеология. Мы говорим о корпоративной идеологии, идеологии определенных сфер, государственной идеологии.

Глобальный мир информации эпохи новейших технологий, техники, инструментария и методов производства и распространения СМИ отличается жесткостью рыночной конкуренции и не прощает слабостей. Значимость модернизационных процессов, происходящих в печатной периодике, на радио, телевидении, в сетевой прессе, во всей медиасфере требует постоянного пристального теоретического осмысления и квалифицированного мониторинга. Без инновационных проектов исследования происходящих событий и фактов в мире газетного образа невозможно полное и всестороннее выявление генезиса происходящих изменений в системе производства информации и публицистическом процессе.

Проблема информационного обеспечения относится к числу самых древних, возникшая с момента сотворения мира, чему посвящено немало ученых трактатов и произведений искусства. Журналистика как центральный сегмент современной медиасферы, возникает в Новое время и совпадает с зарождением техногенной 19 цивилизации, открывшей эру гиперкоммуникабельности и гиперпространственности, нуждающихся в эффективном инструменте информационного обеспечения. Изобретение печатного станка, в числе других новшеств того времени, открывает новую эру информационного обеспечения. В начале появляется возможность тиражировать каллиграфические рукописи священных книг в полиграфическом печатном варианте, затем – наладить производство газет, журналов с заданной периодичностью, фиксированными тиражами, целевым направлением, содержанием, визуально-графической моделью, мультимедийными формами современного производства консолидированных средств массовой информации.

Аналитическая журналистика – оригинальный вид эксклюзивного творчества, основанного на искусстве познания действительности (знании реального мира) и таланте передачи отражаемого профессиональными средствами в публицистическом образе, – представляет

уникальную форму рефлексии и эффективный способ апробации инновационных идей – инструмент социального самопознания.

Идеология аналитической журналистики в том и состоит, чтобы:

- своевременно и полно информировать массовую аудиторию о событиях в стране и мире;
- популярно разъяснять основные положения внешней и внутренней политики государства;
- продвигать прогрессивный опыт и инновационные проекты;
- объективно отражать достижения в экономике, культурной и духовной сферах;
- конструктивно анализировать общественно-значимые проблемы, предлагая реальные пути их решения.

Под информационным обеспечением подразумевается система функционирования информационных потоков, направленная на формирование у целевой аудитории (внутренней или внешней) устойчивых представлений о предмете (теме) и объекте (факте, событии, явлении) информирования.

### **Тема: Формирование позитивного образа на международной арене: теоретико-методологические аспекты**

Позитивное восприятие конкретной страны как ее собственным населением, так и представителями других государств, – не просто благое пожелание, а высокопотенциальный ресурс развития территории, ее значимое конкурентное преимущество, основа эффективного взаимодействия с различными сегментами общественности: деловыми кругами, инвесторами, туристами, СМИ. Целенаправленно выстраивая привлекательный имидж страны, органы власти получают дополнительные возможности для развития международного сотрудничества и привлечения инвестиций, бизнес-сообщество – для заключения выгодных контрактов, местное население – для улучшения социальной сферы.

Формирование позитивного имиджа страны позволяет повысить престиж сосредоточенных на ее территории ресурсов, культурных и туристических объектов, деловой репутации, что, в свою очередь, будет способствовать созданию рабочих мест, росту доходов, повышению уровня жизни населения. В последнее время проблеме формирования позитивного образа страны, в том числе на международной арене.

Этой теме посвящаются научно-практические конференции и круглые столы, организуются конкурсы по территориальному маркетингу, брендингу и формированию имиджей как отдельных городов и регионов, так и страны в целом. Увеличилось количество научных разработок по проблеме продвижения позитивного образа государства, его отдельных территорий, в университетах стали читать посвященные этой теме дисциплины.

Конечно, проблема формирования позитивного имиджа страны еще далека от своего окончательного решения, однако первые – самые сложные – шаги по этому пути уже пройдены. Одним из самых интересных, но и, пожалуй, самых непростых аспектов данной проблемы выступает, на наш взгляд, выявление и анализ роли средств массовой информации в формировании позитивного образа страны. Этот вопрос рассматривается как представителями академического сообщества, так и практиками в сфере журналистики, публик рилейшнз, имиджологии. Каким образом соотносятся между собой понятия «образ» и «имидж», какова роль масс-медиа в формировании положительного имиджа страны, по каким правилам, с помощью каких инструментов, технологий и методов следует конструировать страновой имидж – на эти вопросы мы попытаемся дать ответы в данной статье.

Проблема формирования позитивного образа (имиджа) страны – комплексная и междисциплинарная. Ее правомерно рассматривать как с позиций территориального маркетинга и брендинга (т. е. выделяя конкурентные преимущества конкретной территории и

рассматривая их прежде всего с точки зрения экономической выгоды), так и с позиций гуманитарно и социально ориентированных дисциплин: теории коммуникации, пиарологии, имиджологии, журналистики. Тогда в ее фокусе будет не столько экономическая эффективность имиджевой составляющей территории, сколько политические, социальные, культурные ее эффекты.

Благодаря подобному ракурсу мы можем исследовать проблему формирования позитивного имиджа территории как целостную и комплексную, и в перспективе построить работающую модель этого процесса. На наш взгляд, подход к созданию имиджа страны через его позиционирование наиболее оправдан в трех основных ситуациях. Во-первых, когда страна не имеет своего лица, «не спозиционирована», не различима в восприятии целевых аудиторий. Такая ситуация наиболее характерна для внешних целевых аудиторий, прежде всего для таких важных и перспективных, как инвесторы или туристы. Во-вторых, подход через позиционирование оправдан, когда имеющиеся стереотипы необходимо усилить.

Так, страна может иметь некие весьма выгодные отличительные признаки, но целевые аудитории о них информированы слабо, об этом знают только отдельные их представители, которые изучали данную проблему, однако на массовом уровне такое знание отсутствует. Значит, в данном случае необходимо усилить эти стереотипы и донести до целевых аудиторий соответствующие послания. И, в-третьих, подход через позиционирование особенно актуален в ситуации, когда одни стереотипы необходимо заменить другими.

Такая ситуация обусловлена обычно двумя причинами: или изменился сам объект позиционирования, или изменились условия, в которых данный объект находится. Конечно, с точки зрения специалиста-практика наиболее сложной представляется последняя ситуация: люди с трудом расстаются со своими стереотипами, даже когда неоднократно сталкиваются с фактами, их опровергающими.

### **Тема: Новейшие технологии PR в контексте крупнейших международных информационных поводов для мировых СМИ**

Великолепная классическая технология Public Relations (PR) становится все более популярной, все более понятной, все более модной. Ежедневный профессиональный мир PR все больше и больше наполняется страстью. Его конкретные механизмы, методы и инструменты наливаются соком новейших информационных поводов. PR генерирует новые и новые яркие решения, но секретов при этом не становится меньше... Например, секретов того, как и почему вдруг в мировых новостях всплывает та или иная ранее не известная личность, и становится кумиром и идиолом за короткое время. Суть этого вектора такова, что в быстром понимании и формировании лояльности к организации, партии, объединению, бренду ... у общественности должен быть неременный образ конкретной личности.

Идеализированию достаточно часто принадлежит руководящая роль в общем формировании общественных связей. Личность способна побуждать общество к идеализированию своего информационного образа, а образ обретает огромную силу и в состоянии низвергать предыдущие авторитеты.

Объясняя закономерности появления и хода социальных переворотов, Гюстав Лебон в работе «Психология социализма» обратил внимание на основополагающие факторы управления обществом: «Чтобы руководить толпой, нужно воздействовать на ее чувства, а не взывать к рассудку, которого у нее нет... Толпе необходим идеал, к осуществлению которого она могла бы стремиться, ей нужно верование, которое она могла бы защищать. Но отдалиться идеалу или верованию она может, лишь увлекшись их апостолами. Они одним личным обаянием возбуждают в душе народной чувства восхищения и сочувствия, составляющие

самые прочные основы веры... История нам показывает, что народные движения являются в сущности движениями нескольких вожаков...»

Вот несколько примеров.

Уинстона Черчилля, легендарного премьер-министра Великобритании, почти невозможно было представить без сигары. Однако, как утверждали многие, когда образ был уже сформирован, сигара стала всего лишь «бутафорией». С таким утверждением выступил американский писатель Курт Сингер, автор книги «Рассказы о неизвестном». По его словам, Черчилль сам признался французскому медику Морису Мессегью, что постоянно держал в кармане погашенную сигару, которую тут же демонстрировал, когда оказывался объектом внимания репортеров.

По словам внука Черчилля, его дед полюбил гаванские сигары, когда увидел, как ловко кубинские девушки скатывали их на собственных бедрах. Премьер-министр продолжал покупать их даже в годы второй мировой войны, несмотря на опасения, что они могли быть отравлены или «начинены взрывчаткой». Даже существует информация о том, что персональный детектив Черчилля исследовал каждую коробку с сигарами.

Можно вспомнить и Франклина Рузвельта с его элегантнейшей зажигалкой. Игре на публику в таких, казалось бы, приземленных мелочах отводится немалая роль. Дело в том, что определенные вещи, жесты, манеры уже сами по себе могут сформировать положительное отношение со стороны общественности.

Однако, как и в любом из направлений PR, в «капании в народ» есть свои поднаправления и подцели. Вот основные из них, названные ПРИНЦИПОМ ПЯТИ «П».

1. Продемонстрировать близость к народу и идентичность его наиболее известным представителям («...Я сам когда-то работал на заводе, как вы...»).
2. Подчеркнуть приземленность своей натуры. («...Вот какой я простой, душевный, меня можно даже потрогать...»).
3. Проявить заинтересованность народной жизнью, показав осведомленность в проблемах.
4. Поднять значение желаний народа на еще большую высоту. (Народ это поймет и о вас плохо не подумает, отвечая взаимностью).
5. Показать свою работоспособность и здоровье. (Даже простой насморк оппозиция иногда способна раздуть, дабы дать возможность общественности усомниться в работоспособности лидера). Важно отметить, что именно образ личности также часто используется в системе «отстройки», «лечения имиджа»...

Например, бренд Мадонна.

...Мадонна не хотела, чтобы публика забыла ее, и потому со своими попечителями прибегала к самым изощренным мероприятиям формирования общественного мнения. «Она (публика), как ребенок, хочет знать обо мне все, надо потерпеть, если хочешь, чтобы тебя боготворили.

В самом начале своей карьеры я сознательно позаботилась о предании гласности каких-то фактов моей жизни, на которые пресса и репортеры «клюнули». Хотя они остались при мысли, что сами до всего докопались. Я, конечно, их не разочаровывала».

Предлагая общественности информацию, которая становилась составляющей образа звезды, Мадонна писала, что находит слова для своих песен только в том, что вызывает ее любопытство и приносит счастье... Каждый день она ведет дневник, записывает свои мысли или пишет о том, что прочитала, что ей запомнилось за день, удивило, впечатлило... «На меня действует все: хорошая книга, хороший фильм, выражение глаз проскользнувшего в толпе мужчины, плач ребенка или старые люди, кормящие из рук голубей на площади».

С целью подготовки к практическому занятию магистранту необходимо прочитать

рекомендуемую литературу и составить краткий глоссарий. Преподаватель контролирует самостоятельную работу путем проведения устного опроса во время занятий и проведением тестирований.

Целями всех занятий по СРМ является приобретение навыков по выбору актуальной проблемы со средств массовой информации, проведения анализа, расширение политического кругозора магистрантов.

Принимается как внеаудиторное чтение: презентация материала, работа над лексикой, написание эссе. Невыполнение самостоятельной работы влекут штрафные санкции до 20 баллов.

## **5. Информационные и образовательные технологии**

В учебном процессе занятия лекционного типа составляют половину аудиторных занятий и направлены на ознакомление студентов с особенностями международной системы и международных ситуаций как объекта прикладного политического анализа, с основными положениями политического анализа в его нормативной форме; с освещением возможностей и особенностей применения методов политических исследований при анализе международных проблем. Закрепление материала лекционного курса осуществляется во время проведения семинарских занятий, а также в процессе подготовки и презентации результатов аналитической работы. Основной задачей семинарских занятий является формирование у студентов навыков самостоятельной исследовательской работы, т. е. освоение ими принципов научного анализа, поиска и отбора информации, методов осмысления и интерпретации данных, работы с научной литературой. В сочетании с внеаудиторной работой это способствует формированию и развитию профессиональных навыков обучающихся.

## **6. Фонд оценочных средств для текущего, рубежного и итогового контролей по итогам освоению дисциплины.**

Каждый студент выбирает тему доклада (научного сообщения) самостоятельно или по рекомендации преподавателя из предложенного варианта тем, разработанных на кафедре. Доклад пишется после изучения нескольких тем по соответствующей дисциплине. Доклад (научное сообщение) выполняется самостоятельно в часы самоподготовки. Выполнение доклада позволяет осуществлять контроль за качеством освоения изучаемого материала. Критерии оценки доклада: качество доклада (производит положительное впечатление, сопровождается иллюстративным материалом; четко выстроен; рассказывается, но не объясняется суть работы; зачитывается); использование демонстрационного материала (автор представил демонстрационный материал и прекрасно в нем ориентировался; использовался в докладе, хорошо оформлен, но есть неточности; представленный демонстрационный материал не использовался докладчиком или был оформлен плохо, неграмотно); качество ответов на вопросы (отвечает на вопросы; не может ответить на большинство вопросов; не может четко ответить на вопросы); владение научным и специальным аппаратом (показано владение специальным аппаратом; использованы общенаучные и специальные термины; показано владение базовым аппаратом); качество выводов (полностью характеризуют работу; четкость; имеются нечетки).

### **6.1. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности**

#### **Аудиторные работы – тесты**

Аудиторные работы выполняются в устной и письменной форме:

- а) доклады, презентации выполненные по заданному сценарию по актуальным проблемам современности;
- б) академические вопросы по темам семинарских занятий могут быть выполнены по методу «командных игр», в зависимости от сложности и объема выдвигаемых вопросов

устной форме в процессе взаимодействия студентов группы под руководством преподавателя;

в) работы оцениваются индивидуально по результатам участия и активности каждого магистранта максимально до 30 баллов.

### **Реферат/ эссе/ письменные работы СРМП**

Письменные работы СРСП выполняются каждым магистрантом индивидуально в процессе взаимодействия с преподавателем. Магистрант выполняет самостоятельно заданную тему, в процессе разработки задания периодически консультируется у преподавателя. Итоги работы могут быть вынесены для обсуждения в группе, в процессе семинарских занятий. Результаты СРМП оцениваются максимально до 20 баллов.

### **Творческий рейтинг СРМ**

Выполняется в письменной форме по индивидуальному заданию. Темы вопросов предварительно даются в силлабусе. В процессе самостоятельной работы магистрант может получать консультацию от преподавателя в поиске специальной литературы, информацию о нормативно-правовых источниках по исследуемой теме. Итоги и выводы по выполняемой работе должны быть самостоятельными. В результате проверки СРМ преподавателем выставляется итоговый бал, максимально до 20баллов.

### **Рубежный контроль**

Выполняется письменно во время практических занятий, каждый магистрант выполняет индивидуальное задание в течении 50минут. По результатам выполненных работ выставляется итоговый бал, максимум 30баллов.

**Фактический рейтинг** максимум 100баллов – выводится в результате суммирования итоговых баллов всех видов работ в течение модуля.

## **6.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности**

Методические материалы составляют систему текущего, рубежного и итогового (экзамена) контролей освоения дисциплины (модулей), закрепляют виды и формы текущего, рубежного и итогового контролей знаний, сроки проведения, а также его сроки и формы проведения (устный экзамен, письменный экзамен и т.п.). В системе контроля указывается процедура оценивания результатов обучения, при использовании балльно-рейтинговой системы приводится таблица с баллами и требованиями к пороговым значениям достижений по видам деятельности обучающихся; показывается механизм получения оценки (из чего складывается оценка по дисциплине (модулю)).

**Текущий контроль** осуществляется в виде опроса, участие в дискуссии на семинаре, выполнение самостоятельной работы и других видов работ, указанных в УМК, а также посещаемости студентов занятий - оценивается до 80 баллов.

**Рубежный контроль** (сдача модулей) проводится преподавателем и представляет собой письменный контроль, либо компьютерное тестирование знаний по теоретическому и практическому материалу. Контрольные вопросы рубежного контроля включают полный объём материала части дисциплины (модулей), позволяющий оценить знания, обучающихся по изученному материалу и соответствовать УМК дисциплины, которое оценивается до 20 баллов.

**Итоговый контроль** (экзамен) знаний принимается по экзаменационным билетам, включающий теоретические вопросы и практическое задание, и оценивается до 20 баллов.

Форма контроля	Срок отчетности	Макс. количество баллов	
		За одну работу	Всего
Текущий контроль: - опрос - участие в дискуссии на семинаре - посещаемость	1-16 недель	10 баллов	До 40 баллов
	1-16 недель	4 баллов	До 30 баллов
	1-16 недель	0,2	10 баллов
Рубежный контроль: (сдача модуля)	4,8,12,16 неделя	100%×0,2=20 баллов	
Итого за 1 модуль			До 100 баллов

Экзаменатор выставляет по результатам балльной системы в семестре экзаменационную оценку без сдачи экзамена, набравшим суммарное количество баллов, достаточное для выставления оценки от 55 и выше баллов – автоматически (при согласии обучающегося).

Полученный совокупный результат (максимум 100 баллов) конвертируется в традиционную шкалу:

Рейтинговая оценка (баллов)	Оценка экзамена
От 0 - до 54	неудовлетворительно
от 55 - до 69 включительно	удовлетворительно
от 70 – до 84 включительно	хорошо
от 85 – до 100	отлично

**6.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (На усмотрение ППС): Текущий контроль (0 - 80 баллов)**

№	Модуль №1, №2, №3, №4	Всего за один модуль 100 баллов из них:
1.	Посещение. Активность на занятиях. Регулярность работы студентов с учебной и научной литературой	30 баллов
2.	СРМ	20 баллов
3.	СРМП	20 баллов
4.	Модульная работа №1; №2; №3; №4	30 баллов

### Правила аттестации магистрантов

Требования об академической успеваемости:

Буквенное выражение	Соответствие баллам	Пояснение
А	86 - 100 %	Отлично
В	71 -85 %	Хорошо
С	56- 70 %	Удовлетворительно



D	Ниже55%	Низкая оценка
---	---------	---------------

Магистранты, получившие оценку Д, не допускаются к пересдаче экзамена, остаются на повторное изучение курса.

Для оценки овладения курсом применяется модульно-рейтинговая система. Максимальное количество баллов за весь курс – 100. Каждое задание оценивается индивидуально.

Условия пересдачи экзаменов и зачетов: согласно общему положению МУК о пересдаче экзаменов и зачетов.

Установка о несвоевременно выполненных заданиях: несвоевременно выполненные задания зачитываются только при условии сдачи их до проведения итогового контроля с учетом штрафных баллов – 10 %.

Аудиторные занятия и самостоятельная работа магистрантов под руководством преподавателя оцениваются отдельно. Максимальное количество баллов за аудиторные занятия (текущий контроль, рубежный контроль и итоговый контроль) – 100. За выполнение СРМ максимальное количество баллов – 100. Итоговая оценка является среднеарифметическим результатом аудиторной и самостоятельной работы магистранта.

Прохождение всех видов контроля и выполнения СРМ является обязательным для всех магистрантов.

#### **6.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.**

##### **Тематический план лекций**

**Тема: Теоретико-методологические основы МО и их значение для международной журналистики.**

1. Особенности методологии изучения МО.
2. Международная журналистика в системе МО.
3. Динамика взаимоотношений МО и СМИ.

##### **Семинарские занятия**

**Тема: Глобальные тенденции мировой политики и их отражение в СМИ.**

1. Основные тенденции мировой политики.
2. Современные СМИ в мировой политике.
3. Влияние глобализма на СМИ.

##### **Тематический план лекций**

**Тема: Роль СМИ в мировой политике и межгосударственных отношениях.**

1. Роль телевидения в международных отношениях и мировой политике.
2. Необходимость интенсивного и конструктивного диалога в СМИ в мировом информационном пространстве.
3. Факторы, обеспечивающие действенное участие СМИ в решении актуальных проблем современности.

##### **Семинарские занятия**

**Тема: Развитие радиовещания и зарождение телевидения в странах Европы и США в первой половине XX века**

1. «Золотая эпоха» американского радиовещания.
2. Пропагандистские функции радио в политике.
3. Успехи телевидения, его социальная политическая ценность в общественной жизни.

##### **Тематический план лекций**

**Тема: Методологические аспекты творческой деятельности журналиста.**

1. Целостное представление о массовой информации.
2. Методологические аспекты творчества журналиста.
3. Источники информации.

#### **Семинарские занятия**

**Тема: Научно-технический прогресс и развитие мировой журналистики в XIX-XX веках.**

1. Влияние прогресса полиграфии на развитие журналистики.
2. Мировая журналистика в процессе развития двух мировых политических систем.
3. Основные тенденции развития журналистики в конце XX века.

#### **Тематический план лекций**

**Тема: Влияние СМИ на международный климат. Роль СМИ в отношениях доверия между странами.**

1. Проблемы формирования отношений взаимодоверия и благорасположения между странами и народами.
2. Образ внешней политики в мировых СМИ.

#### **Семинарские занятия**

**Тема: Характер взаимоотношений СМИ и властных структур.**

1. Роль СМИ в формировании массового сознания.
2. Информационное общество и стратегия военных кампаний.

#### **Тематический план лекции**

**Тема: Освещение в СМИ вооруженных конфликтов и вопросы гуманитарного характера.**

1. Особенности освещения СМИ вооруженных конфликтов.
2. Проблемы освещения СМИ международных проблем гуманитарного характера.

#### **Семинарские занятия**

**Тема: Сравнительный анализ отечественных и зарубежных традиций в освещении вооруженных конфликтов и гуманитарных проблем.**

1. СМИ Российской Федерации в освещении гуманитарных проблем.
2. СМИ Кыргызской Республики в освещении гуманитарных проблем.

#### **Письменное модульное задание №1**

1. Особенности методологии изучения МО.
2. Международная журналистика в системе МО.
3. Динамика взаимоотношений МО и СМИ.
4. Основные тенденции мировой политики.
5. Современные СМИ в мировой политике.
6. Влияние глобализма на СМИ.
7. Роль телевидения в международных отношениях и мировой политике.
8. Необходимость интенсивного и конструктивного диалога в СМИ в мировом информационном пространстве.
9. Факторы, обеспечивающие действенное участие СМИ в решении актуальных проблем современности.
10. «Золотая эпоха» американского радиовещания.
11. Пропагандистские функции радио в политике.
12. Успехи телевидения, его социальная политическая ценность в общественной жизни.
13. Целостное представление о массовой информации.
14. Методологические аспекты творчества журналиста.
15. Источники информации.

16. Влияние прогресса полиграфии на развитие журналистики.
17. Мировая журналистика в процессе развития двух мировых политических систем.
18. Основные тенденции развития журналистики в конце XX века.
19. Проблемы формирования отношений взаимодоверия и благорасположения между странами и народами.
20. Образ внешней политики в мировых СМИ.
21. Роль СМИ в формировании массового сознания.
22. Информационное общество и стратегия военных кампаний.
23. Особенности освещения СМИ вооруженных конфликтов.
24. Проблемы освещения СМИ международных проблем гуманитарного характера
25. СМИ Российской Федерации в освещении гуманитарных проблем.
26. СМИ Кыргызской Республики в освещении гуманитарных проблем.

#### **Тематический план лекции**

**Тема: Политическая социология международных отношений. Телевидение и вооруженные конфликты.**

1. Критерии оценки вооруженных конфликтов.
2. Особенности освещения вооруженных конфликтов через телевидение.
3. Риски и вызовы в процессе освещения вооруженных конфликтов через СМИ.

#### **Семинарские занятия**

**Тема: Зарубежные масс-медиа во второй половине XX века. Общая характеристика основных тенденций.**

1. Зарубежные масс-медиа в период «Холодной войны».
2. Влияние масс-медиа на характер международных отношений.
3. Основные тенденции развития международной журналистики.

#### **Тематический план лекции**

**Тема: Аналитические жанры современной журналистики.**

1. Медиа образование и медиа критика.
2. Особенности аналитической деятельности в современной мировой журналистики во внешней политике.
3. Факторы, влияющие на развитие современных тенденций международной журналистики в системе информационного обеспечения современного общества.

#### **Семинарские занятия**

**Тема: Современные зарубежные теории СМИ.**

1. Необходимость технической модернизации современных СМИ в глобальном информационном мире.
2. Идеология аналитической журналистики. Партнерство и противостояния информационных стратегий.
3. Попытки государственного урегулирования и трансформационные процессы в информационном пространстве.

#### **Тематический план лекции**

**Тема: Аналитическая журналистика в системе информационного обеспечения интеграционных процессов.**

1. Профессионализм журналиста как ключевой элемент в формировании имиджа страны.
2. Понятие «социальные медиа» и ее роль в информационном пространстве.
3. Социальные сети как один из главных источников масс-медиа.

#### **Семинарские занятия:**

**Тема: Международная журналистика – гарант доверия к мировым СМИ.**

1. Соотношения идеологии и международной журналистики.
2. Сотрудничество международных организаций и СМИ.
3. Факторы, влияющие на положительное позиционирование страны.
4. Профессионализм журналиста как ключевой элемент в формировании имиджа страны.
5. Проблемы формирования отношений взаимодоверия и благорасположения между странами и народами.
1. Образ внешней политики в мировых СМИ.
2. Роль СМИ в формировании массового сознания.
3. Информационное общество и стратегия военных кампаний.
4. Особенности освещения СМИ вооруженных конфликтов.
5. Проблемы освещения СМИ международных проблем гуманитарного характера.
6. Критерии оценки вооруженных конфликтов.
7. Особенности освещения вооруженных конфликтов через телевидение.
8. Риски и вызовы в процессе освещения вооруженных конфликтов через СМИ.
9. Зарубежные масс-медиа в период «Холодной войны».
10. Влияние масс-медиа на характер международных отношений.
11. Основные тенденции развития международной журналистики.
12. Профессионализм журналиста как ключевой элемент в формировании имиджа страны.
13. Понятие «социальные медиа» и ее роль в информационном пространстве.
14. Социальные сети как один из главных источников масс-медиа.
15. Соотношения идеологии и международной журналистики.
16. Сотрудничество международных организаций и СМИ.
17. Факторы, влияющие на положительное позиционирование страны.
18. Профессионализм журналиста как ключевой элемент в формировании имиджа страны.

## **7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **7.1. Список источников и литературы**

1. Баталов Э.Я. Русская идея и Американская мечта. М., 2009. С.311-366.
2. Филимонов Г. Мягкая сила» культурной дипломатии США. М., 2010.
3. Поздняков Э.А. Системный подход и международные отношения. М, 1976.
4. Цыганков А.Л. Ганс Моргентау: взгляд на внешнюю политику// Власть и демократия. Зарубежные ученые о политической науке. М., 1992. С. 164.
5. Государственные, национальные и классовые интересы во внешней политике и международных отношениях// Мировая экономика и международные отношения. 1989. №2. с.70.
6. Удалов В.В. Баланс сил и баланс интересов// Международная жизнь. 1990. №5. с. 19-20.
7. Кунадзе Г. Новое мышление тоже стареет// Новое время. 1991. № 11Charnay J.-P. Essai generate de la Strategie. Paris, 1973. p. 75-77.
8. Кукулка Е. Проблемы теории международных отношений. М., 1980. С.126.
9. Баланс сил в мировой политике: теория и практика. Сборник статей под редакцией академика АЕН России Э.А.Позднякова. М., 1993. с.11
10. Малюга, Е. Н. Динамика развития теоретической базы межкультурной деловой коммуникации / Е. Н. Малюга // Вопросы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения: сборник материалов конференции. Материалы 3-й междунар. науч.-практ. конф.; отв. ред. д. фил. н., проф. Е. Н. Малюга. – М.:РУДН, 2008. – С. 176–186.

11. Самохина, Т. С. Деловое общение в контексте межкультурных отличий / Т. С. Самохина // Вопросы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения: материалы 3-й Междунар. науч.-практ. конф.; отв. ред. д. фил. н., проф. Е. Н. Малюга. – М.: РУДН, 2008. – С. 193–201.
12. Самохина, Т. С. Эффективное деловое общение в контекстах разных культур и обстоятельств / Т. С. Самохина. – М.: Р. ВалентВалент, 2005. 216 с.
13. Бабосов, Е. М. Идеологические ответы современной России на вызовы глобализации / Е. М. Бабосов // Идеология белорусского государства: теоретические и практические аспекты. – Минск, 2008. – С. 397–419.
14. Внешняя торговля Беларуси [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://www.mfa.gov.by/export/>. – Дата доступа: 25.10.2011.
15. Гриценко, О. Эксперты: Китай превращается в соперника России / О. Гриценко // [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://www.newsland.ru/news/detail/id/794135/>. – Дата доступа: 26.01.2012.
16. Единая интернациональная медиасфера как фактор гуманитарной интеграции на постсоветском пространстве. Концепция социологического исследования. – М.: Евразийский монитор, 2010. – 5 с.
17. Залесский, Б. Л. Масс-медиа и развитие единого информационного пространства / Б. Л. Залесский // Веснік БДУ. Серыя 4. Філап. Журн. Пед. – 2011. – № 3. – С. 85–89.
18. Международные экономические отношения [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Международные экономические отношения](http://ru.wikipedia.org/wiki/Международные_экономические_отношения). – Дата доступа: 25.01.2012
19. Морозевич, А. Н. Организационное строение систем управления социально-экономическими объектами / А. Н. Морозевич // Проблемы управления. – 2011. – № 4. – С. 53–60.
20. Приоритетные направления внешней политики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: [http://mfa.gov.by/foreign\\_policy/priorities/](http://mfa.gov.by/foreign_policy/priorities/). – Дата доступа: 12.01.2012.
21. Семёнова, А. В. Конетнт-анализ СМИ: проблемы и опыт применения. Под ред. В. А. Мансурова / А. В. Семенова, М. В. Корсунская // [Электронный ресурс]. – М.: Институт социологии РАН, 2010. – 324 с., 1 CD-ROM. – С. 22.
22. Совместная декларация Республики Беларусь и Китайской Народной Республики от 5 декабря 2005 года [Электронный ресурс]. – 2005. – Режим доступа: [http://www.belaruschina.by/ru/belarus china declaration.html](http://www.belaruschina.by/ru/belarus_china_declaration.html). – Дата доступа: 25.10.2011.
23. Фомичева, И. Д. Основные дисциплинарные и междисциплинарные подходы к изучению СМИ. Исследования СМИ: методология, подходы, методы: учебно-методическое пособие / И. Д. Фомичева // Материалы лекций для аспирантов факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова / М.: Изд-во Моск. ун-та, факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова. 2011. – 236 с.
24. Быков, И. А., Филатова, О. Г. Технологии Веб 2.0 и связи с общественностью: смена парадигмы или дополнительные возможности? / И.А. Быков, О. Г. Филатова // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2011. – Сер. 9. – № 2. – С. 226–237.
25. Интернет-СМИ: теория и практика: учеб. пособие для студ. вузов / М. М. Лукина [и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. – М.,: Аспект Пресс, 2010. – 348 с.
26. Лукина, М. М. Трансформации журналистского текста в условиях интернет-среды / М. М. Лукина // Вестн. Моск. ун-та. – 2009. – № 3. – С. 54–73.

27. Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития: Отраслевой доклад / под общ. ред. В. В. Григорьева. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2011. – 84
28. Шаклеина Т.А. Великие державы и региональные подсистемы // Международные процессы. Том 9. № 2 (май-август 2011). С. 29-39 / <http://www.intertrends.ru>

## **7.2 Справочные и информационные издания.**

1. Викентьев, И. Л. Приемы рекламы и public relations. Ч. 1 / И. Л. Викентьев. – СПб., 1995.
2. Гринберг, Т. Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели / Т. Э. Гринберг // Медиаскоп. – 2008 – № 2. Режим доступа: <http://mediascope.ru/node/252>.
3. Котлер, Ф. Маркетинг мест / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб., 2005.
4. Кужелева-Саган, И. П. Научное знание о связях с общественностью (PR): Философский анализ / И. П. Кужелева-Саган. – М., 2011.
5. Липпман, У. Общественное мнение = Public Opinion / У. Липпман; пер. с англ. Т. В. Барчуновой; [ред. пер. К. А. Левинсон, К. В. Петренко]. – М., 2004.
6. Панкрухин, А. П. Маркетинг территорий / А. П. Панкрухин; Гильдия маркетологов, Рос. ассоциация маркетинга. – 2-е изд. – СПб., 2006.
7. Почепцов, Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – М., К., 2004.
8. Сидорская, И. В. Эффективная коммуникация со СМИ: принципы и технологии: пособие для студентов высш. учеб. заведений / И. В. Сидорская. – Минск, 2010

## **7.3 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины (модулей)**

- Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" (<http://window.edu.ru>)
- киберленинка (<http://cyberleninka.ru/>)
- МИД РФ (<http://www.mid.ru>)
- Журнал "Международные процессы" (<http://www.rusus.ru>)

## **8. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся.**

### **8.1. Планы практических (семинарских) и лабораторных занятий. Методические указания по организации и проведению**

#### **Тематический план лекции**

**Тема: Новейшие технологии PR в контексте крупнейших международных поводов для мировых СМИ.**

1. Профессиональный журналистский контент в интернет пространстве.
2. Технологии формирования и поддержки интереса общественности к отдельным личностям.
3. Понятие образа личности в системе PR.
4. Принцип пяти «П».

#### **Семинарские занятия**

**Тема: Социальные масс-медиа в системе зарубежных интернет-СМИ.**

1. Система функционирования информационных потоков в процессе интеграции.
2. Факторы, влияющие на развитие современных тенденций международной журналистики в системе информационного обеспечения современного общества.
3. Необходимость технической модернизации современных СМИ в глобальном

информационном мире.

#### **Тематический план лекции**

**Тема: Международные отношения на постсоветском пространстве: тенденции развития; специфика и характер отражения в масс-медиа.**

1. Идеология аналитической журналистики. Партнерство и противостояния информационных стратегий.
2. Попытки государственного урегулирования и трансформационные процессы в информационном пространстве.
3. Соотношения идеологии и международной журналистики.
4. Сотрудничество международных организаций и СМИ.

#### **Семинарские занятия**

**Тема: Журналисты и журналистика в международных отношениях.**

1. Профессионализм журналиста как ключевой элемент в формировании имиджа страны.
2. Профессиональный журналистский контент в интернет пространстве.
3. Технологии формирования и поддержки интереса общественности к отдельным личностям.

#### **Тематический план лекции**

**Тема: Глобальные тенденции мировой политики и их отражение в СМИ.**

1. Основные тенденции развития мировой политики.
2. Динамика взаимодействия современных СМИ в мировой политике.

#### **Семинарские занятия**

**Тема: Международные отношения в Европе: тенденции развития; специфика и характер отражения в масс-медиа.**

1. Особенности деятельности СМИ европейских государств.
2. Влияние интеграционных процессов в Европе на характер отражения масс-медиа.
3. Проблемы и перспективы МО в Европе и их отражения в европейских масс-медиа.

#### **Письменное модульное задание №3**

1. Профессиональный журналистский контент в интернет пространстве.
2. Технологии формирования и поддержки интереса общественности к отдельным личностям.
3. Понятие образа личности в системе PR.
4. Принцип пяти «П».
5. Система функционирования информационных потоков в процессе интеграции.
6. Факторы, влияющие на развитие современных тенденций международной журналистики в системе информационного обеспечения современного общества.
7. Необходимость технической модернизации современных СМИ в глобальном информационном мире.
8. Идеология аналитической журналистики. Партнерство и противостояния информационных стратегий.
9. Попытки государственного урегулирования и трансформационные процессы в информационном пространстве.
10. Соотношения идеологии и международной журналистики.
11. Сотрудничество международных организаций и СМИ.
12. Профессионализм журналиста как ключевой элемент в формировании имиджа страны.
13. Профессиональный журналистский контент в интернет пространстве.
14. Технологии формирования и поддержки интереса общественности к отдельным личностям.

15. Основные тенденции развития мировой политики.
16. Динамика взаимодействия современных СМИ в мировой политике.
17. Особенности деятельности СМИ европейских государств.
18. Влияние интеграционных процессов в Европе на характер отражения масс-медиа.
19. Проблемы и перспективы МО в Европе и их отражения в европейских масс-медиа.

## **8.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ**

При преподавании данной дисциплины применяется как традиционные директивные методики, так и инновационные интерактивные методики (работа в малых, группах, ролевые игры, практические задачи и пр.) Лекция кроме традиционной формы лекторского монолога может принимать форму дискуссии или проходить в любом другом виде интерактивного занятия. На семинарских занятиях магистранты воспроизводят проделанную самостоятельную работу, выступают с докладами, выполняют практические занятия, работают с международными и внутригосударственными нормативными источниками.

- Лекции;
- Самостоятельная работа магистрантов под руководством преподавателя;
- Самостоятельная работа магистрантов;

В т.ч.:

- Выполнение индивидуальных заданий;
- Решение ситуационных задач;
- Написание рефератов;
- Индивидуальные и групповые презентации;
- Ролевые игры.

## **8.3. Иные материалы**

Раздел содержит иные материалы, необходимые для изучения дисциплины: деловые игры - составляются преподавателем по темам исследуемого материала, которая должна помочь найти решение студентам самостоятельно, рабочую тетрадь студента, в ней студент записывает термину по международным отношениям, короткие конспекты лекций, и указатели: литературу, информацию, набор кейсов, упражнения, задания для самостоятельной работы, хронологические таблицы и т.п.

## **9. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины необходимо мультимедийная аудитория вместимостью более 60-100 человек, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов для обучения оборудование, демонстрационные приборы, мультимедийные средства, учебные фильмы, тренажеры, карты, плакаты, наглядные пособия; требования к аудиториям – компьютерные классы, академические или специально оборудованные аудитории и лаборатории, наличие доски и т.д.

Международная аналитическая журналистика является эффективным инструментом информационного обеспечения самых различных социальных явлений, включая интеграционные и реинтеграционные процессы в международных отношениях.

Научное осмысление реалий и перспектив этой непростой сферы журналистики сегодня как никогда актуально. Ведь международная информация играет все более значимую роль в жизни социума, соответственно, отечественная международная журналистика является эффективным инструментом формирования национальной позиции по широкому кругу международных проблем, защиты национального информационного пространства от потоков лжи и манипуляций.

- Провести ретроспективный анализ истории развития мировой журналистики.



- Изучить методологические аспекты творческой деятельности журналистики.
- Провести анализ влияния СМИ на международную ситуацию.
- Изучить роль аналитической журналистики в системе информационного обеспечения интеграционных процессов.
- Показать роль журналистики в формировании позитивного образа страны на международной арене.
- критическое осмысление основных подходов к проблемам внешней политики в журналистике;
- повышение профессиональной компетенции магистрантов с точки зрения обеспечения высокого уровня их теоретико-методологической и практической подготовки;
- раскрыть основные тенденции развития внешней политики и журналистики;
- проанализировать геополитическую реальность современного мира;
- изучить концепции нового мирового порядка, и их актуальных проблем;
- рассмотреть современную внешнюю политику КР в контексте нового мирового порядка.

**8.2.Методическое указание:** Работа выполняется письменно, индивидуально, в несколько этапов в конце - итоговое собеседование с преподавателем.

Кол. недели	Наименование тем	баллы	Рекомендуемая литература
1-2-3	Женская пресса стран СНГ: типологические особенности в условиях медиаконвергенции	10 баллов	1. Начал работу новый женский консервативный интернет-журнал «Матроны.ру» [Электронный ресурс]. – 2006. – Режим доступа: <a href="http://www.pravaya.ru">http://www.pravaya.ru</a> . 2. Шаклеина Т.А. Великие державы и региональные подсистемы // Международные процессы. Том 9. № 2 (май-август 2011). С. 29-39 / <a href="http://www.intertrends.ru">http://www.intertrends.ru</a> 3. Баталов Э.Я. Русская идея и Американская мечта. М., 2009. С.311-366.
4-5-6	Некоторые тенденции в оформлении зарубежной и отечественной прессы.	10 баллов	4. Поздняков Э.А. Системный подход и международные отношения. М, 1976. 6. Цыганков АЛ. Ганс Моргентау: взгляд на внешнюю политику// Власть и демократия. Зарубежные ученые о политической науке. М., 1992. С. 164. 7. Государственные, национальные и классовые интересы во внешней политике и международных отношениях// Мировая экономика и международные отношения. 1989. №2. с.70.

**Самостоятельная работа магистранта: (СРМ) по второму модулю.**

Кол.	Наименование	Баллы	Рекомендуемая литература
------	--------------	-------	--------------------------

недели	тем		
7-8-9	Вечерняя пресса в КНР: становление и развитие.	10баллов	1.Материалы 28 ежегодного Конгресса китайской вечерней прессы в Шанхае. – Пекин, 2009. – 157 с. 2.Ян Чжи. Тысячелетний путь дигао и исторический феномен вечерней периодики в Китае / Ян Чжи // Беларус. гіст. часопіс. – 2008. – № 3. – С. 31–37. 3.Дасаева, Т. Н. Инновационные аспекты подготовки журналистов-международников / Т. Н. Дасаева, Б. Л. Залесский // Народная асвета. – 2011. – № 12. – С. 9. 4.Вороненкова, Г. Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листа до информационного общества (национальное своеобразие СМИ Германии) / Г. Ф. Вороненкова. – М.: Изд. Языки русской культуры, 1999. – 346 с. 5.Кирия, И. В. Зарубежный медиамаркетинг / И. В. Кирия. – М.: ВК, 2006. – 286 с. 6.Энциклопедия мировой индустрии СМИ / Под. ред. Е. Л. Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 376 с. 7.Крюгер, У. Медиакритика в Германии / У. Крюгер // [Электронный ресурс]. – Режим доступа – <a href="http://mediareview.by.ru/articles/text_002.htm">http://mediareview.by.ru/articles/text_002.htm</a> . – Дата доступа 06.02.2012.
10-11-12	Особенности массово-информационной деятельности русскоязычных СМИ в Германии.	10баллов	

**Самостоятельная работа магистранта: (СРМ) по третьему модулю.**

Кол-во недели	Наименование тем	Баллы	Рекомендуемая литература
13-14-15	Фотожурналистика «горячих точек» - документальность отражения и свобода интерпретации.	10баллов	1. Фомичева, И. Д. Основные дисциплинарные и междисциплинарные подходы к изучению СМИ. Исследования СМИ: методология, подходы, методы: учебно-методическое пособие / И. Д. Фомичева // Материалы лекций для аспирантов факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова / М.: Изд-во Моск. ун-та, факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова. 2011. – 236 с.
16-17	Информационная стратегия СМИ США	10баллов	2. Быков, И. А., Филатова, О. Г. Технологии Веб 2.0 и связи с общественностью: смена парадигмы или дополнительные возможности? / И.А. Быков, О. Г. Филатова // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2011. –

			<p>Сер. 9. – № 2. – С. 226–237.</p> <p>3. Иванян, Э. А. От Джорджа Вашингтона до Джорджа Буша. Белый дом и пресса / Э. А. Иванов. – Москва: Издательство политической литературы, 1991. – 368 с.</p> <p>4. Фурсенко А. А. Президенты и политика США. 70-ые годы / А. А. Фурсенко. – Л.: НАУКА, 1989. – 296с.</p> <p>5. Шаклеина Т.А. Великие державы и региональные подсистемы // Международные процессы. Том 9. № 2 (май-август 2011). С. 29-39 / <a href="http://www.intertrends.ru">http://www.intertrends.ru</a></p> <p>6. Баталов Э.Я. Русская идея и Американская мечта. М., 2009. С.311-366.</p> <p>7. Филимонов Г. «Мягкая сила» культурной дипломатии США. М., 2010.</p>
--	--	--	---

### Методические рекомендации по СРМП

Основная задача СРМП:

- проведение семинарских, практических и лабораторных занятий;
- проведение индивидуальных и групповых консультаций.
- проведение для студентов дополнительные консультации, испытывающих трудности при выполнении заданий по дисциплине.

### Самостоятельная работа магистранта с преподавателем: (СРМП) по первому модулю.

Кол. недели	Наименование тем	баллы	Рекомендуемая литература
1-2-3	Культурная дипломатия – «мягкая сила». Зарубежный опыт.	10баллов	1.Филимонов Г. «Мягкая сила» культурной дипломатии США. М., 2010.
4-5-6	Интеграционные факторы медиа-пространства в странах	10баллов	2. Поздняков Э.А. Системный подход и международные отношения. М, 1976. 3. Цыганков АЛ. Ганс Моргентау: взгляд на внешнюю политику// Власть и демократия. Зарубежные ученые о политической науке. М., 1992. С. 164. 4. Единая интернациональная медиасфера как фактор гуманитарной интеграции на постсоветском пространстве. Концепция социологического исследования. – М.: Евразийский монитор, 2010. – 5 с.

	Евразии.		5. Залесский, Б. Л. Масс-медиа и развитие единого информационного пространства / Б. Л. Залесский // Весник БДУ. Серия 4. Філал. Журн. Пед. – 2011. – № 3. – С. 85–89.
--	----------	--	---

**Самостоятельная работа магистранта с преподавателем: (СРМШ) по второму модулю.**

Кол. недели	Наименование тем	баллы	Рекомендуемая литература
7-8-9	Интернет - СМИ в международной журналистике.	10 баллов	1. Быков, И. А., Филатова, О. Г. Технологии Веб 2.0 и связи с общественностью: смена парадигмы или дополнительные возможности? / И.А. Быков, О. Г. Филатова // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2011. – Сер. 9. – № 2. – С. 226–237.
10-11-12	Медиа-критика. Медиа-образование.	10 баллов	2. Интернет-СМИ: теория и практика: учеб. пособие для студ. вузов / М. М. Лукина [и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. – М.,: Аспект Пресс, 2010. – 348 с. 3. Лукина, М. М. Трансформации журналистского текста в условиях интернет-среды / М. М. Лукина // Вестн. Моск. ун-та. – 2009. – № 3. – С. 54–73. 4. Корконосенко, С. Г. Основы журналистики / С. Г. Корконосенко. – М., 2004. 5. Короченский, А. П. Пятая власть? Медиакритика в теории и практике журналистики / А. П. Короченский. – Ростов н/Д, 2003. 6. Крюгер, У. Медиакритика в Германии / У. Крюгер // [Электронный ресурс]. – Режим доступа – <a href="http://mediareview.by.ru/articles/text_002.htm">http://mediareview.by.ru/articles/text_002.htm</a> . – Дата доступа 06.02.2012.

**Самостоятельная работа магистранта с преподавателем: (СРМШ) по третьему модулю.**

Кол. недели	Наименование тем	Баллы	Рекомендуемая литература
-------------	------------------	-------	--------------------------

13-14-15	Медиа образ ООН: главный авторитет в глазах международной общественности.	10баллов	<p>1. Васильева, М. И. Имидж города: постановка проблемы и подходы к формированию / М. И. Васильева // Журналистика-2007: надзённые проблемы і перспективы: Матэрыялы 9-й Міжнар. навук.-практ. канф. – Вып. 9. – Мінск, 2007. – С. 133–135.</p> <p>2. Викентьев, И. Л. Приемы рекламы и public relations. Ч. 1 / И. Л. Викентьев. – СПб., 1995.</p> <p>3. Гринберг, Т. Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели / Т. Э. Гринберг // Медиаскоп. – 2008 – № 2. Режим доступа: <a href="http://mediascope.ru/node/252">http://mediascope.ru/node/252</a>.</p> <p>4. Почепцов, Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – М., К., 2004.</p> <p>5. Маккей Чарльз. Наиболее распространенные заблуждения и безумства толпы / Ч. Маккей. – Москва: АЛЬПИНА, 1998. – 334 с.</p> <p>6. Политическое консультирование / Психологическое пособие для политиков. Под ред. док. полит. наук. Е. Егоровой-Гатман, И. Минтусова. – Москва: НИКОЛО-М, 1999. – 471 с.</p> <p>7. Психология индивидуальных различий. Тексты / Под ред. Ю. Б. Гиппенрейтера, В. Я. Романова. – Москва: Издательство Московского университета, 1982. – 320 с.</p>
16-17	Отражение в СМИ вооруженных конфликтов: характер и тенденции развития.	10баллов	

## 10. Глоссарий

**Аналитический отчет.** Предмет - выступления, доклады, речи участников всевозможных собраний, заседаний, съездов, слетов, конференций и т.п. Цель - показать взаимосвязь тех или иных суждений, оценок, выводов, предложений с реальными проблемами и вынести оценку выступлениям участников. В зависимости от ситуации журналист может сосредоточить свое внимание на объяснении причин данной ситуации, проблемы, процесса, либо на оценке их актуального состояния. Это и определит вид аналитического отчета – отчет-объяснение, отчет-оценка или отчет-программа.

**Аналитическая корреспонденция.** Близка к репортажу, отчету, информационной корреспонденции. Однако отличается степенью «присутствия» жанрообразующих факторов. Цель репортажа – дать наглядное. Цель отчета – точно отобразить «информационное событие», цель информационной корреспонденции – сообщить нечто о «предметном» событии, используя «свернутый» пересказ. Цели аналитической корреспонденции иные - выяснение причин события, явления, определение его значимости,

ценности, прогнозирование его развития и т.д. Двусоставность современной аналитической корреспонденции (сообщение о явлении плюс его истолкование) сближает ее с комментарием. Различие: «первоисточником» сообщения для аудитории в корреспонденции автор публикации. Комментарий публикуется по следам уже известного данной аудитории события. Аналитическая корреспонденция отличается от статьи. Цель статьи – обосновать суждение по поводу какого-то общезначимого явления, процесса. Поэтому предметом статьи являются закономерные причинно-следственные отношения. Центральный предмет а. к. - один значительный факт, все остальные детали служат «вспомогательным» материалом для его всестороннего освещения.

**Аналитическое интервью.** Жанр и результат «закрепленности» в журналистском тексте формы получения определенных сведений с помощью метода интервью. Метод интервью относится к эмпирическим методам. Поэтому жанр интервью относят к информационным жанрам. Но интервью применяется для получения сведений для подготовки и аналитических материалов. Метод не порождает жанр. Лишь в случае яркой проявленности в тексте «хода» применения метода он может определять форму как диалогическую, вопросно-ответную. Аналитическое интервью, кроме того, содержит и анализ факта, отвечая при этом на вопросы: почему? Каким образом? Что это значит? и т.д. Роль автора аналитического интервью - он своими вопросами задает направление анализа.

**Аналитический опрос.** Похож на информационный опрос. Отличие: публикации аналитического опроса, обретают черты развернутого комментария (но их нельзя сравнивать). Степень аналитичности опроса предопределяется правильной формулировкой вопроса. Следует избегать вопросов, предполагающих однозначный ответ.

**Беседа.** Опирается на использование «полилогического» метода получения информации. Беседу отождествляют с интервью. Общие черты: двусоставность текста. Разница: роль журналиста. В интервью ж. может ставить только вопросы. Журналист в беседе является равноправным создателем содержания будущего текста. Беседа может оказаться незаменимой, когда обсуждаемый предмет не поддается моментальному и однозначному истолкованию, требует спокойного всестороннего своего рассмотрения.

**Комментарий.** М.б методом и жанром. Метод - применяется во всех формах публикаций. Как жанр стал применяться в нашем столетии. С помощью к. автор выражает отношение к актуальным событиям, формулирует связанные с ними задачи и проблемы. Комментарий разнит от информационных жанров именно наличие анализа. Отличие комментария: обычно анализируется какое-то явление, уже известное аудитории, в анализе превалирует отношение к предмету отображения. Цели к.: направлять внимание аудитории на важные новые факты, выходящие на первый план общественной жизни, оценивать их; ставить комментируемое событие в связь с другими, выявлять причины этого события; формулировать прогноз развития комментируемого события; обосновывать, как правило, с помощью примеров, необходимые способы поведения или решения задач. Функции комментария связаны с его предметом. Комментарий рассказывает о взаимосвязях обнаруженного предмета. Комментарию присущи вопросы: что (кто) действительно? При каких обстоятельствах? Почему? И др. Структура: доказательное рассуждение. Хороший комментарий должен иметь ясный вывод. Классическим построением публикаций данного жанра является расположение материала по схеме «факт – комментарий».

**Социологическое резюме** - тип публикации, которая содержит краткое изложение итогов каких-либо социологических исследований, на которые авторы резюме обычно не указывают. Аналитическое начало - содержание исследований. Резюме дает

адаптированное к информационным ожиданиям аудитории газеты изложение результатов научного исследования.

**Анкета.** Название может быть образовано от названия метода получения информации, выступающего главным жанрообразующим фактором. Анкетирование дает журналисту сложный и разнообразный материал: анкета включает в себя достаточно много разных вопросов, в результате анкетирования журналист получает множество ответов на каждый из нескольких вопросов. Именно в ходе этого упорядочения и возникает оригинальное по содержанию и структуре конкретное журналистское произведение.

**Мониторинг** - определенное «слежение» за каким-либо явлением, систематически повторяющийся «замер» одних и тех же параметров в определенной сфере деятельности. Предмет - конкретные характеристики различных явлений непосредственно в момент исследования.

**Рейтинг.** Основной жанрообразующий фактор - целевая установка. Цель публикации - осуществить определенную «ранжировку» сходных явлений по какому-то конкретному признаку. Методы – аналогия и сравнение. Явления, относительно которых составляются рейтинги, относятся к самым разным сферам деятельности. Рейтинги различаются по объему: могут быть размером в десять-двадцать строк, а могут занимать и целую газетную полосу. Почему отнесли к аналитическим жанрам: «ранжировка» явлений представляет собой сравнительный анализ. В ходе этого анализа исследуются разные стороны явлений, прогнозируется их развитие и т.д.

**Рецензия** - жанр, основу которого составляет отзыв. Отличие рецензии от других жанров – это предмет. Предмет - это информационные явления – книги, брошюры, спектакли, кинофильмы, телепередачи. Рецензия, как правило, рассматривает одно-два произведения и дает им соответствующую оценку, не ставя перед собой других, более сложных задач. Рецензируются наиболее выдающиеся спектакли, книги, фильмы, в том числе и «скандальные». Для этого рецензенту надо глубоко изучить рецензируемое произведение. Но основная задача рецензента – увидеть в произведении то, что незаметно непосвященному. Рецензии могут быть объединены в типологические группы: 1. По объему: большие и маленькие 2. По числу анализируемых произведений: монорецензии (анализируется одно произведение) и полирецензии (много). 3. По теме рецензии делят на литературные, театральные, кинорецензии и т.д.

**Статья** - жанр, предназначенный прежде всего для анализа актуальных, общественно значимых процессов, ситуаций, явлений и управляющих ими закономерностей. Функция статьи - объяснить читателям как общественную, так и личную значимость актуальных процессов их причинно-следственные связи. Предмет - противоречия и проблемы, которые содержатся в актуальных ситуациях и процессах. Устойчивые формы проявления жанра статьи: **Общеисследовательская статья.** Здесь анализируются общезначимые, широкие вопросы. Отличается высоким уровнем обобщения, глобальностью мышления авторов. Цель - изучение различных закономерностей, тенденций, перспектив развития современного общества. **Тактико-аналитическая статья.** Обращена к актуальным практическим проблемам промышленности, сельского хозяйства, предпринимательства, и т.д. В этих статьях анализируются конкретные проблемы, события, действия, ситуации, связанные с практическими задачами, решаемыми в той или иной сфере деятельности, отрасли производства и пр. **Полемическая статья.** Публикуются, когда в обществе возникают споры по каким-либо значительным проблемам. Поводом публикации обычно является

выступление политических оппонентов. Цель для автора двойка: автор должен обосновать свою собственную позицию, но ему представляется необходимым опровергнуть позицию своего оппонента.

**Журналистское расследование.** Предмет - наиболее «кричащее» негативное явление, не заметить которое невозможно. Цель - определить причины, обнаружить скрытые пружины, приведшие в действие некий механизм, породивший вполне конкретный результат. Поскольку обстоятельства всевозможных преступлений или тайных акций часто тщательно скрываются, то это, разумеется, резко затрудняет расследование. В силу этого журналист может прибегать к методам получения информации, роднящим его, с одной стороны, со следователем, инспектором уголовного розыска, а с другой — с ученым-исследователем. Непременной чертой является присутствие самого автора в ряду действующих героев.

Методы получения данных – наблюдение, интервью, анализ документов и т.д. Одним из наиболее продуктивных методов является «перемена профессии». Большинство необходимых сведений журналист может получить только неформальным путем. Журналист-расследователь должен быть готовым к тому, что лица, о которых он ведет речь в своей публикации, будут защищаться, в том числе и с помощью суда.

**Обозрение.** Определяющий признак – единство наглядного освещения общественных событий и мысли обозревателя, глубоко проникающей в суть процесса, ситуации. В обозрении проявляется позиция журналиста. Обозреватель должен: возбуждать интерес аудитории; отстаивать передовые точки зрения и способствовать совершенствованию «личной стратегии» граждан; обнаруживать в явлениях их сущность, показывать противоречия действительности; осмысливать ход общественного развития; способствовать практическому решению проблем общества. Предмет - общие вопросы политики, экономики и др. могут быть идеи, почерпнутые из философии, истории, литературы.

**Обзор СМИ** - изучение особенностей публикаций, литературной, творческой деятельности издания, теле- и радиопрограмм или способ знакомства аудитории с публикациями в целях дать представление об их содержании, форме. Виды обзора: **Обзор-презентация.** Цель - проинформировать людей о том, что пишут другие издания или что сообщают другие теле- и радиопрограммы. Аналитическое начало - автор пытается показать те глубинные причины, которые порождают «нестыкуемые», на первый взгляд, сенсации, происходящие в разных сферах жизни общества. **Тематический обзор** - освещения определенной темы. **Безадресный обзор** рассматривается одна или более актуальных тем, обсуждаемых прессой. Характерная черта – отсутствие ссылок на конкретные обозреваемые издания, радио- и телепрограммы.

**Прогноз.** Нельзя заменять «гипотезой». Гипотеза, как и прогноз, в ряде случаев может рассматривать некоторые явления, отнесенные в будущее. Но она может быть обращена и в прошлое. Прогноз же всегда связан только с будущим тех или иных явлений. Кроме того, *прогноз всегда рассматривает будущее состояние уже существующих явлений.* В отличие от него в гипотезе может идти речь о явлениях, которые никогда не существовали. Версия – это возможный вариант развития события. С помощью версий обычно пытаются объяснить уже свершившиеся факты. Но иногда версия излагает вариант развития какого-то явления в будущем. В этом случае понятия «версия» и «прогноз» могут совпадать. Метод прогнозирования: **Метод экстраполяции – автор проецирует он основную тенденцию развития исследуемого явления в целом на будущее этого явления.**



**Версия.** Базируется на неполных доказательствах, на предположениях автора. Версия исключает категоричность выводов, заключений. Основным фактором, который порождает жанр версии, является метод исследования действительности, определяемый как «домысел», «вымысел». Цель - познакомить аудиторию с «промежуточными» результатами анализа какого-либо события, представить на суд читателей авторское толкование происходящего.

**Эксперимент. Может быть методом и жанром.** При чем, использование информации, полученной методом эксперимента, не всегда сказывается на жанровой определенности будущей публикации. Неопределенность возникает прежде всего в том случае, когда эксперимент оказывается не единственным, а одним из методов исследования действительности, примененных журналистом при подготовке публикации в каком-то конкретном случае. Относя публикацию к жанру эксперимента, тем самым подчеркивают то, что речь в ней идет об искусственной, специально организованной самим журналистом предметно-практической ситуации. Эксперимент позволяет **соединить в себе аналитическое начало и репортажное.**

**Письмо.** Возникло в результате приспособления формы личной и деловой переписки для нужд журналистики. Привнесение в деловую или личную переписку идей, значимых для общества в целом - необходимое условие становления письма как самостоятельного жанра. Публикации, выполненные в жанре письма называют эпистолярной журналистикой. Её стоит отличать от жанров, которые помещаются под рубрикой «Письма наших читателей». Характерные признаки письма: форма *непосредственного обращения автора к адресату*, стремление автора *побудить адресата к неотложным, активным действиям*. От характера аудитории, письма делят на: *письма, адресованные конкретным личностям и письма, адресованные каким-либо социальным группам, населению страны в целом.*

**Исповедь.** Предмет - внутренний мир автора этих публикаций. Основным методом - самоанализ. Цели обращения человека со своим откровением к широкой публике: Объяснить необычный поступок, показать пример преодоления беды, поделиться опытом успешной карьеры, сделать саморекламу.

**Рекомендация (совет).** - тексты, содержащие рекомендации по поводу того, как надо решать те или иные задачи. Наличие в тексте доказательного рассуждения и сравнительного, а также причинно-следственного анализа делает публикацию аналитической.

**Аналитический пресс-релиз** – это подборка информационных сообщений (в основном рекламных), рассказывающих о достоинствах какой-то фирмы или отдельной личности, например кандидата в депутаты. Пресс-релиз способен быть преобразован в какой-то уже известный журналистский жанр. Однако журналист может поставить перед собой задачу сохранить рекламную суть пресс-релиза и, дополнив его необходимыми новыми сведениями. Предмет - качества, возможности каких-либо людей или организаций, фирм во взаимосвязи их с потребностями, которые в данный момент могут быть у аудитории СМИ. Два вида анализа в пресс-релизе – причинно-следственный и оценочный. Характерная черта пресс-релиза, объединяющая его в известной мере с жанром письма, – это прямое обращение автора к своей аудитории, призыв к ней действовать определенным образом.

Теория журналистики, как любая наука, имеет свои законы и стремится к классификации материала. Журналисты-практики активно используют в своей работе

много разных жанров. Газетные жанры отличаются друг от друга методом литературной подачи, стилем изложения, композицией и даже просто числом строк. Условно их можно разделить на три большие группы: информационные, аналитические и художественно-публицистические

Жанровые признаки всегда формировались только в процессе журналистского творчества.

С одной стороны, каждый конкретный случай межжанровой диффузии служит поводом для неоправданной, на наш взгляд, фиксации еще одного вида жанра (Тертычный). С другой стороны, обилие такого рода терминологических нововведений дает основание для нигилистического обобщения о "размывании" жанра. Кройчик спешит удержать их границы от разрушения и предлагает сгруппировать жанры в пять видов текстов, но в то же время описывает вполне традиционные, давно устоявшиеся жанровые признаки.

Выбирая жанр в качестве важнейшего ингредиента авторского замысла, журналист руководствуется тремя основными факторами: предмет отражения, цель отражения, метод отражения. В качестве предметов отражения выступают: новость, проблема, личность.

Методами отражения служат: изложение, описание, изображение.

Что такое жанр? Большинство журналистов-практиков ответ на этот вопрос считает бесполезным. Но чтобы в обществе стало принято публично спрашивать и отвечать, должны были измениться не только социальные отношения, но и этикет в самой области информации. "Постоянно установленные обычаи - этикетки порядка осмотра мира (как мне кажется) называются жанрами". Это предположение высказано теоретиком литературы и кино Шкловским.

**Жанрообразующие факторы в журналистике:** предмет отображения, целевая установка (функция) отображения, метод отображения. Значимость этих факторов в жанрообразовании не равновелика.

Предмет отображения: в аналитической журналистике – это и отдельное событие, и процесс, содержащий в себе ряд событий, и ситуация, включающая как различные события, так и объединяющие их процессы во всем многообразии их взаимодействий.

Событие - точно фиксированный в пространстве и во времени шаг в общественном процессе. Процесс - последовательность взаимосвязанных действий, событий. Ситуацией можно назвать определенное, повторяющееся на протяжении достаточно большого отрезка времени состояние отношений, сложившихся между членами какого-либо коллектива.

**Целевые установки могут быть:** не предусматривающими определенного идеологического или иного воздействия на аудиторию (имеется в виду нацеленность на удовлетворение коммерческих интересов издания); предусматривающими определенное воздействие. Оно может быть результатом: а) объективного информирования; б) манипулятивного воздействия (или дезинформации). Рассказывая о каком-то событии, журналист может поставить своей целью, например, в нескольких словах познакомить читателя с этим событием, коротко обозначить его причину, лаконично выразить свою оценку. В результате будет написана информационная заметка.

Творческие целевые установки, наиболее часто реализуемые журналистами в разных ситуациях и в максимальной мере влияющие на характер текстов: Описание предмета, выявление причинно-следственных связей, оценка предмета отображения, прогноз развития предмета отображения, формулирование программы действий.

**Методы исследования предмета.** Две основные группы методов: рационально-познавательные и художественные методы. Рационально-познавательные методы включают в себя два уровня познания – эмпирический и теоретический. Результат

эмпирического исследования предстает в журналистике как поток информационных публикаций. Применение теоретического уровня познания приводит к созданию текстов, составляющих основной поток аналитических публикаций. Применение художественных методов в журналистике обычно идет параллельно с применением рационально-познавательных, что приводит к созданию не собственно художественных, а художественно-публицистических произведений.

Эмпирические методы: метод наблюдения, метод проработки документов, методы интервью, беседы, опроса, анкетирования, опрос, метод эксперимента.

Теоретические методы: две основные подгруппы: формально-логические, или методы выводного знания, и содержательно-логические (диалектические).

Формально-логические методы. Индуктивное умозаключение и дедуктивное умозаключение, традуктивное умозаключение. Такой метод применяется в двух основных формах: сравнения и аналогии.

Содержательно-логические методы исследования. В отличие от формально-логических методов, предполагающих неизменность явлений, по отношению к которым выносятся те или иные суждения: методы анализа и синтеза, гипотетический метод, метод историзма, логический.

Художественный метод. Суть метода заключается в безграничном применении авторской фантазии, вымысла, которые дают необходимую для творца свободу создания художественного образа и выявления через него «правды жизни в целом».

**Лекция Веденкиной. Кройчик.** Современные тенденции: Текст потеснил жанр. Причины: 1. Вместе с советской системой организации СМИ рухнула система жанров. Одновременно началась переоценка: усиление одних и почти уход других. 2. Появление новых жанров (исповедь, журналистское расследование). 3. Унификация жанров из-за глобального информационного пространства. 4. Проблема свободы слова, доступа к информации, гласности.

Жанр – это относительно устойчивая структурная организация текста, обусловленная своеобразным отражением действительности и характером отношения к ней творца.

\*это оптимальное решение творческой задачи, стоящая перед публицистом.

\*особая роль творческой интуиции.

\*жестко детерминированная категория, связанная с особенностью личности журналиста, с объективными свойствами факта, конкретные задачи регламентированные автором.

Тертычный: Жанр – это устойчивые типы публикаций, объединенные сходным содержательно формальным признаком.

Текст – это объединенное смысловой и грамматической связью последовательность речевых единиц. Подходы к оценке текста. *(Когда ты видишь текст ты оцениваешь его с точки зрения нескольких подходов и это поражает особенности текста)*

1. Лингвистический подход: - выраженность (знаки препинания) - ограниченность (размеры) - структурность (композиция) - линейность (во времени и пространстве) Взаимосвязь *(я так думаю, что это взаимосвязь всех составляющих, т.е. они конкретно выражаются потом в контексте, подтексте, интертексте, если вдруг что не понятно, просто говори в этой части важно знать такие определения. Внизу сказано, что подтекст, контекст и интертекст – это особенности текста.)* \*контекст – внетекстовые факторы: социум, автор \*подтекст – расширяет смысловое поле. Выходит из способности порождать дополнительные смыслы.

\*интертекст – влияет на подтекст с помощью другого текста.

\*релятивность - отношения с внешней средой.

2. Симиотический подход – человеческим языком: ты смотришь на текст и оцениваешь знаки и символы. Картинки в тексте – это иконические знаки.

3. Культурологический подход – д.б. культурологическая ценность. Отношение автора и читателя.

4. Коммуникативный (психолингвистический подход) – не только говорящий, но и слушающий. **Говорящий:** тут схемка – треугольник: верхняя вершина «прагматика», левая нижняя «семантическая», правая нижняя «синтаксический», от прагматике по стеночке треугольника стрелка к синтаксич., от «семантич» стрелка - к прагматике. Между семант. и синтакс. также вместо нижнего ребра треугольника идет штрихпунктирная линия.

**Слушающий:** дает информацию, выявляет причинно - следственные связи, создает картину происходящего. Семантика текста – это характеристика его отношений с действительностью; синтактика (греч. *sintaktikos* «составленный») – характеристика внутренней структуры текста (как организован текст); прагматика (греч. *pragma* «польза, дело») текста – характеристика его отношений с аудиторией (как он осваивается)

Жанр. В современной российской журналистике понятие жанр заметно потеснено понятием текст.

**Причины:** - вместе со старой системой организации СМИ рухнула и прежняя классификация жанров. Одновременно произошла переоценка жанровых ценностей: практически исчезли одни жанры (очерк, фельетон) и усилились позиции других (интервью, комментарий). Начали выделять как отдельные жанры журналистское расследование, исповедь, версию, беседу, пресс-релиз. Приметой газетной полосы стали пиаровские и рекламные тексты.

- Глобальное расширение коммуникационного пространства (Интернет, например) создало естественные предпосылки для унификации жанров.

- изменения, начавшиеся в России в 90-х годах коренным образом изменили характер СМИ. Большое влияние оказала отмена цензуры, свобода слова и гласность.

Так текст или жанр господствуют в современных СМИ?

**Особенности текста:** он взаимодействует с внетекстовыми факторами – **контекстом** (это социальные отношения, которые породили текст, историческое время, в котором существует СМИ, связь с этносом, связь с личностью автора) и **подтекстом** (социально-нравственная и психологическая подоплека, которая расширяет смысловое поле высказывания). Текст выполняет свою задачу только если опирается на жанровые признаки, тем самым позволяя автору достичь главных целей: дать оперативную информацию о происходящем; выявить причинно-следственные

**Особенности жанра:** Жанр – категория исторически конкретная, то есть развивающаяся во времени, претерпевающая изменения в процессе своего существования. Жанр – особая форма организации жизненного материала, представляющая собой специфическую совокупность структурно-композиционных признаков. Жанр – категория типологическая, то есть обладающая рядом устойчивых, повторяющихся признаков. Жанр – категория гносеологическая (*гносеология – это познание*). (Например, последние слухи про то, что у нас Парк Хаус рухнет. Если есть факты, что там действительно трещины, то на свет появится какой-нибудь критический текст, а если журналист точно знает что это чушь и у него есть факты, подтверждающие это, то можно постебаться над «сарафанным радио» и возникновением слухов и, соответственно, написать фельетон). Жанр – категория морфологическая (например, репортаж пишется ярко, образно и т.д., а заметка сжато). Жанр категория аксиологическая, то есть содержит оценку

действительности (*любой текст либо утверждает, либо отрицает что-нибудь*). Жанр – категория творчески созидательная (**трактовка фактов, ситуаций, проблем журналистом создает как определенную модель мира**).

Т.о. **жанр** – это относительно устойчивая структурно-содержательная организация текста, обусловленная своеобразным отражением действительности и характером отражения к ней творца.

**Отличие жанра от текста:** жанр всегда жестко детерминирован: цель, лежащая в основе решения любой творческой задачи, определяет выбор жанра. (Пример: ТГУ сгорит, мы с вами напишем репортаж, журналистское расследование и т.д., но никак не рецензию или памфлет J.

Среди журналистов-практиков бытует мнение, что о жанре текста когда его пишешь, не думаешь и тот складывается сам. **На самом деле, интуиция как составная часть творчества способствует рождению целостного текста: текст вбирает в себя необходимые жанровые элементы, подчиняясь логике развития мысли автора.**

**11. Приложения - отсутствуют.**