

# БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ



Проректор по учебной работе  
и образовательным инновациям  
\_\_\_\_\_ О.Н.Здрок  
« 2 » июля \_\_\_\_\_ 2020 г.  
Регистрационный №УД-8570/уч.

## ПРОБЛЕМАТИКА ИНТЕРНЕТ-СМИ

**Учебная программа высшего учебного заведения  
по учебной дисциплине для специальности:**

1-23 01 08 Журналистика (по направлениям)  
направление специальности:  
1-23 01 08-03 Журналистика (веб-журналистика)

2020 г.

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-23 01 08-2013, типовой учебной программы № ТД-Е.666/тип. от 03.03.2016 г., учебных планов № Е 23-265/уч. от 29.05.2015 г., № Е 23и-256/уч. от 20.02.2015 г.

**СОСТАВИТЕЛИ:**

**Тычко Г.К.** профессор кафедры периодической печати и веб-журналистики факультета журналистики Белорусского государственного университета, доктор филологических наук, профессор.

**Елфимов В.А.** доцент кафедры периодической печати и веб-журналистики факультета журналистики Белорусского государственного университета, кандидат исторических наук.

**Кунаховец-Плевако Е.И.** старший преподаватель кафедры периодической печати и веб-журналистики факультета журналистики Белорусского государственного университета.

**РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

**Н.В. Заяц** доцент кафедры белорусской и зарубежной литературы БГПУ имени М. Танка, кандидат филологических наук, доцент.

**Н.А. Федотова** заведующий кафедрой медиалогии факультета журналистики Белорусского государственного университета, кандидат филологических наук, доцент.

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой периодической печати и веб-журналистики  
(протокол № 9 от 16.06.2020)

Научно-методическим Советом БГУ  
(протокол № 5 от 17.06.2020)

Заведующая кафедрой  
периодической печати и веб-журналистики

С. В. Харитонова

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Курс является составной частью системы дисциплин профессионального образования журналистов. В нем происходит практическое преломление всех знаний о массово-информационной природе журналистики, ее принципах и функциях, сущностных характеристиках журналистского текста и способе журналистской деятельности; основах типологии и психологии СМИ, современных информационных технологиях. Современные условия медиарынка и востребованность квалифицированных специалистов предъявляют повышенные требования к уровню подготовки выпускников учреждений высшего образования, чем и определяется актуальность изучения дисциплины. При изучении дисциплины акцент сделан на исследовании белорусской практики создания качественного медиапродукта, т.е. на овладении конкретными знаниями, умениями и навыками в сфере технологий создания контента.

**Цель дисциплины «Проблематика интернет-СМИ»** – помочь студентам твердо усвоить актуальную тематику, направленную на углубленное изучение основных геополитических, социально-экономических и культурологических проблем, стоящих перед нашим государством в современных условиях, а также повысить эффективность выступлений прессы по данным проблемам.

### **Задачи дисциплины:**

- теоретическое и практическое освоение процессов, происходящих в геополитической, социально-экономической и культурологической сфере Республики Беларусь;
- изучение опыта интернет-СМИ в подаче материалов геополитической, социально-экономической и культурологической проблематики;
- практическое участие студентов в деятельности средств массовой информации по данной тематике.

### **Место учебной дисциплины в профессиональной подготовке выпускника**

Курс «Проблематика интернет-СМИ» рекомендуется изучать студентам, когда они усвоили основные профессиональные и социально-гуманитарные дисциплины, приобрели некоторый опыт практической журналистской деятельности. В ходе изучения дисциплины студенты узнают о наиболее актуальных проблемах государственной политики в различных отраслях, задачах, решаемых руководством республики, по достижению повышения жизненного уровня людей. Дисциплина носит прикладной характер и акцентирует внимание студентов на основах производственно-практической деятельности электронных ресурсов. При проведении занятий студенты творчески реализуют полученные в результате изучения теоретических дисциплин знания для работы в современной редакции.

Учебная дисциплина «Проблематика интернет-СМИ» относится к циклу специальных дисциплин государственного компонента.

### **Связи с другими учебными дисциплинами**

На лекционных и практических занятиях студенты творчески реализуют знания, полученные в результате изучения учебных дисциплин интегрированных модулей «Экономика» и «Политология», учебных дисциплин «Культурология», «Основы журналистики», «Основы интернет-журналистики» и «Основы творческой деятельности веб-журналиста».

### **Требования к компетенциям**

Освоение учебной дисциплины «Проблематика интернет-СМИ» должно обеспечить формирование следующих академических, социально-личностных и профессиональных компетенций:

#### **академические** компетенции:

АК-1. Уметь применять базовые научные и теоретические знания для решения теоретических и практических задач.

АК-2. Владеть систематическим и сравнительным анализом.

АК-3. Владеть исследовательскими навыками.

АК-4. Уметь работать самостоятельно.

АК-5. Уметь генерировать новые идеи (владеть креативностью).

АК-8. Обладать навыками устной и письменной коммуникации.

АК-9. Уметь учиться, повышать свою квалификацию на протяжении всей жизни.

#### **социально-личностные** компетенции:

СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.

СЛК-5. Быть способным на критику и самокритику.

СЛК-6. Уметь работать в команде.

#### **профессиональные** компетенции:

ПК-1. Постоянно совершенствовать методы создания журналистского контента, используя современные информационные технологии.

ПК-2. Творчески применять полученные знания и приобретенные навыки в профессиональной деятельности.

ПК-3. Владеть основами творческой деятельности на теле-, радио- и интернет-журналистике, методикой теле-, радио- и интернет-журналистики, профессиональными мастерством теле-, радио и интернет-журналистики.

ПК-5. Владеть навыками разработки, наполнения и обновления сайтов интернет-изданий, информационных агентств, пресс-центров, пресс-служб.

ПК-6. Владеть навыками технологического процесса выпуска газет и журналов, в том числе: основами полиграфии, компьютерного версткой, методикой работы литературного работника, основами редактуры журналистских текстов.

ПК-7. Отслеживать изменения в нормативно-правовой базе, регулирующей деятельность СМИ, и учитывать их в своей работе; знать номенклатуру документации организации работодателя.

ПК-8. Организовать работу малых коллективов исполнителей для достижения поставленных целей, мотивировать выполнение возложенных на членов трудового коллектива обязанностей.

ПК-16. Оценивать конкурентоспособность и экономическую эффективность разрабатываемых технологий.

ПК-17. Применять методы анализа и организации внедрения инноваций.

ПК-22. Готовить отчеты, материалы для презентаций.

ПК-25. Оценивать исторические и современные проблемы и тенденции, готовить научные материалы, составлять рефераты, обзоры, рецензии.

ПК-29. Уметь применять систему методов журналистского творчества; жанровые разновидности журналистского текста и особенности работы над материалами разных жанров.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен

**знать:**

- основные понятия и термины современной культуры, экономики и политологии, связанные с социальной проблематикой;
- методы их применения в деятельности интернет-СМИ;
- критерии измерения заинтересованности аудитории социально-культурной, социально-экономической и геополитической проблематикой СМИ;
- жанровую структуру публикаций на тему социально-культурной, социально-экономической и геополитической проблематики в специализированных изданиях;
- особенности подготовки текстов социально-культурной, социально-экономической и геополитической проблематики.

**уметь:**

- определять сущность социально-культурных, социально-экономических и геополитических тенденций современного общества и особенности их отражения в журналистских материалах;
- определять социальное происхождение аудитории СМИ;
- анализировать способы воздействия СМИ на общественное мнение;
- осуществлять поиск и отбор информации социально-культурной, социально-экономической и геополитической тематики с помощью различных источников;
- создавать журналистские тексты социально-культурной, социально-экономической и геополитической направленности;

**владеть:**

- знаниями о типологических и функциональных особенностях жанров социально-культурной, социально-экономической и геополитической тематики;
- навыками грамотной организации, оформления и редактирования текста.

### **Структура учебной дисциплины**

Дисциплина изучается 4-7 семестрах. Всего на изучение учебной дисциплины «Проблематика интернет-СМИ» отведено 478 часов, в том числе 222 аудиторных часа.

В четвертом семестре – 114 часов, в том числе 52 аудиторных часа, из них: лекции – 16 часов, практические занятия – 32 часа, управляемая самостоятельная работа – 4 часа.

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 3 зачетные единицы. Форма текущей аттестации – экзамен.

В пятом семестре – 138 часов, в том числе 68 аудиторных часов, из них: лекции – 16 часов, лабораторные занятия – 48 часов, управляемая самостоятельная работа – 4 часа.

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 3,5 зачетные единицы. Форма текущей аттестации – экзамен.

В шестом семестре – 138 часов, в том числе 68 аудиторных часов, из них: лекции – 16 часов, лабораторные занятия – 48 часов, управляемая самостоятельная работа – 4 часа.

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 3,5 зачетные единицы. Форма текущей аттестации – экзамен.

В седьмом семестре – 88 часов, в том числе 34 аудиторных часа, из них: лекции – 16 часов, лабораторные занятия – 16 часов, управляемая самостоятельная работа – 2 часа ДО.

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 2 зачетные единицы. Форма текущей аттестации – экзамен.

# СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

## РАЗДЕЛ 1. СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ИНТЕРНЕТ-СМИ

**Тема 1. Культура как специфическое системное образование**  
СМИ в контексте культуры. Методология современного гуманитарного исследования культуры.

**Тема 2. Культура в эпоху глобализации и ее место в мировых СМИ.**  
Суть процессов глобализации, основные глобалистские теории. Этапы культурной глобализации. Разные взгляды на глобализационные процессы. СМИ в глобализационном процессе. «Культурная журналистика» как своеобразный «спасательный круг» в обществе потребления.

**Тема 3. Универсальная модель исторических трансформаций культуры в мировой и отечественной науке**  
Обзор работ ведущих философов и культурологов: М.А. Бердяева, Л.М. Гумилева, Д.З. Лихачева, М.З. Каган, И. Абдираловича, В. Самойло, Н. Круковского, В. Конана.

**Тема 4. Журналистика как феномен духовной культуры общества**  
Интернет-СМИ в контексте межкультурных коммуникаций. Специфика современного культурного окружения. СМИ в ракурсе материальной и духовной культуры.

**Тема 5. СМИ в социокультурной системе современного города: семиотика культурного пространства**  
Предметный мир большого города. Интернет-СМИ как субъект и объект виртуализации городского пространства. Освещение СМИ современного предметного мира. Участие СМИ в формировании имиджа заведений культуры города. Специфика социализирующего воздействия СМИ на личность. Сетевая культура и современность.

**Тема 6. Массовая коммуникация как разновидность духовно-практической деятельности**  
Место интернет-СМИ в системе МК. Влияние социокультурной динамики на социальную деятельность, журналист как участник социальных процессов. Аспекты освещения социально-культурных проблем. Конструирование социокультурного пространства современными СМИ.

**Тема 7. Тенденции развития современной культуры**

Специфика освещения культурных событий в интернет-СМИ. Влияние достижений новейшей техники и технологии на динамику художественного пространства. Компьютерные и сетевые арт-проекты, «сетевое искусство», видеоклипы, хэппенинги, перформансы – творческий продукт современной духовной культуры.

#### **Тема 8. Контент культурной журналистики**

Арт-критика, литературная, театральная музыкальная критика, кинокритика, балет и современный танец. Технологии освещения культурных событий в печатных изданиях, на радио, телевидении, в сетевой журналистике.

#### **Тема 9. СМИ как транслятор функций культуры: творческой, познавательной, регулятивной, ценностной, семиотической, смысловой**

Информация о культурных событиях на современном медиарынке: коммерческие или творческие слагаемые?

#### **Тема 10. Типология социально-культурной проблематики в интернет-СМИ**

Объективные и субъективные предпосылки типологизации. Способы подачи социально-культурных объектов в СМИ.

#### **Тема 11. Интернет-СМИ – транслятор социальных и культурных концептов массовой культуры.**

Искусство и литература в интернете. Мультимедиа репортаж как жанр будущего. Сайты, посвященные культуре и искусству. «Блоги» творческих лиц. Возможности мультимедиа репортажа. Использование мультимедиа репортажа в мире и в Беларуси.

#### **Тема 12. Классификация индустрии досуга в интернет-СМИ.**

Развлекательный, оздоровительный, интеллектуальный, эстетический аспекты. Система организации и управления потребительским спросом на вещи и услуги. Место интернет-СМИ в этом процессе.

#### **Тема 13. Тематические доминанты современных интернет-СМИ как отображение культурной динамики.**

Современные СМИ как творческий продукт общества потребления. Образцы кич-, мид- и арт-культуры в интернет-СМИ.

#### **Тема 14. Жанровая специфика социально-культурной проблематики интернет-СМИ**

Выбор жанра в зависимости от темы Умение формулировать суть (лид). Вариантность в подходах к теме (в зависимости от типа изданий).



Структура и стиль материалов. Тенденции в использовании жанров в публикациях на тему литературы и искусство, взаимопроникновение жанров.

### **Глава 15. Смещение перспективы, игра (по И. Гофману) как инструмент культурной социализации**

Влияние культуры журналиста на установление обратной связи с аудиторией. Гендерная направленность интернет-СМИ. Визуальный ряд. Театрализация. Преимущество образного ряда над понятийным, использование жанра шоу.

### **Тема 16. Ценностные ориентиры современного города в освещении интернет-СМИ**

Плюрализм субкультур. Новые коммуникативные каналы культурного и информационного пространства: реклама как продукт массовой культуры и элемент ландшафта. Феномен клубной культуры и «цифровая» культура.

### **Тема 17. Журналистская деятельность по сохранению культурного наследия**

Наследие как социокультурный феномен: традиции сохранения культурного наследия в Беларуси. Историко-культурные ценности и освещение хода их реставрации в интернет СМИ. Потерянное наследие: проблемы возвращения. Работа комиссии «Возвращение» при Министерстве культуры Республики Беларусь.

### **Тема 18. Формирование моральной и правовой культуры граждан**

Трансляция повседневной культуры в СМИ. Повседневность как проявление сути общества.

### **Тема 19. Город и повседневность в интернет-СМИ**

Техника создания креативного города. Формирование моды на потребление продуктов культуры, искусства.

### **Тема 20. Феномен карнавала в социальной жизни общества**

Формы карнавализации, потребительские в социокультурном пространстве города. Их отображение в интернет-СМИ.

### **Тема 21. П. Бурдые и П. Сорокин о механизме динамики поля культуры**

Использование журналистом социологического категориального аппарата при освещении социально-культурной проблематики общества. Теоретическая база социологии XX столетия как инструментальный познания мира: социокультурный интеграционализм и структурно-функциональный анализ.

## **Тема 22. Понятие социальной системы в Т. Парсонса**

Социализация и социальная структура как теоретическое обеспечение социологического журналистского анализа духовных процессов начала XXI столетия.

## **Тема 23. Использование теоретических и эмпирических социологических знаний журналистом при установлении обратных связей с аудиторией и выборе технологий популяризации научных знаний**

Символический интеракционизм и идентичность: техники презентации, игровая теория Ирвинга Гофмана и их употребление в СМИ. Социология и программируемое общество А. Турена, теория структуризации Э. Гиддэнса, системная теория Н. Лумана, теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса.

## **Тема 24. Формирование концептов массовой культуры и стереотипов поведения в современном социокультурном пространстве**

Реклама как способ продвижения творческого продукта. Специфика отображения социокультурной проблематики в арт-журналистике. Авангардное искусство в арт-изданиях. Рубрики арт-изданий. Классификация индустрии развлечений. Концептосфера, создаваемая арт-журналистикой. Карнавализация социокультурного пространства

## **РАЗДЕЛ 2. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ИНТЕРНЕТ-СМИ**

### **Тема 1. Актуальные проблемы современности и журналистика. Противоречия глобализации**

Глобализация: сущность и основные направления. Противоречия глобализации. Глобальные проблемы современности. Место Беларуси в процессе глобализации. Глобальные процессы современности в проблематике интернет-СМИ.

### **Тема 2. Демографические проблемы и политика народонаселения**

Основные понятия демографии. Демографические процессы как историческое явление. Современные демографические процессы. Республика Беларусь в мировом демографическом процессе. Отражение демографических проблем в журналистике.

### **Тема 3. Миграционные процессы современности**

Основные понятия миграции. Исторические этапы миграции. Современные миграционные процессы. Миграционные процессы в современной Беларуси. Освещение миграционных проблем в интернет-СМИ.

#### **Тема 4. Проблемы экологии в зеркале интернет-СМИ**

Основные понятия экологии. Экологическая проблематика в СМИ. Основные тематические направления экологической журналистики: политико-правовое и социальное, познавательное, эколого-экономическое, нравственно-эстетическое, направление экологической безопасности, направление защиты экологических прав человека. Анализ функций современной экологической журналистики: информационной, образовательной, воспитательной, организаторской, контролирующей, рекреативной.

#### **Тема 5. Основные сферы общественной жизни как объект журналистики. Экономическая проблематика**

Основные понятия экономики. Экономика Республики Беларусь: прошлое и настоящее. Экономическая информация в структуре белорусской журналистики. У истоков деловой прессы. Отражение экономических проблем в СМИ.

#### **Тема 6. Проблематика социальной сферы в интернет-журналистике**

Понятие социальной журналистики. Структура общества как познавательная матрица журналиста. Белорусское общество и социальная цена реформ. Модели, функции и механизмы социальной политики. Исторические типы социальной политики. Социальная проблематика в интернет-СМИ: отражение социальных проблем в различных типах СМИ. Перспективные задачи социальной журналистики.

#### **Тема 7. Актуальные проблемы социальной практики в освещении СМИ. Духовно-религиозная проблематика**

Актуальные проблемы религиозной жизни. Взаимоотношения церкви и государства. Религия и политика. Исламская тема. Межконфессиональные отношения. Деятельность нетрадиционных организаций.

#### **Тема 8. Проблематика благотворительной деятельности**

Благотворительность как универсальная общечеловеческая ценность. Основные субъекты благотворительной деятельности и их основные характеристики. Корпоративная социальная ответственность и благотворительность: основные отличия. Проблематика благотворительности в интернет-СМИ. Анализ противоречивых взглядов общества на благотворительность.

#### **Тема 9. Проблемы детства в информационном поле интернет-СМИ**

Социальная трансформация и положение детей. Государство и общество в борьбе за права детей. «Детская тема» в СМИ. Журналисты и

социальные инициативы (проведение акций, помощь героям публикаций, проведение информационных кампаний и т.д.).

### **Тема 10. Гендерная проблематика**

Пол и гендер – основные понятия. Гендерный подход: история и современность. История гендерных отношений. Гендерные проблемы в современном контексте. Гендерные проблемы в освещении интернет-СМИ.

### **Тема 11. Антикриминальная проблематика**

Преступность как социальное явление. Функции СМИ в противостоянии криминалу. Освещение антикриминальной тематики. Формирование общественного правосознания.

### **Тема 12. Проблема антинаркотических публикаций**

Наркомания как социальная проблема. Антинаркотическая деятельность СМИ: основные тематические направления. Проблемы эффективности антинаркотических публикаций. Правила ООН при освещении проблемы наркомании: общий обзор.

### **Тема 13. Проблемы занятости населения в отражении современных интернет-СМИ**

Интернет-СМИ о рынке труда и безработице. Понятие рынка труда, его границы. Инфраструктура рынка труда. Сущность занятости. Политика занятости в Беларуси. Безработица: сущность, понятие, виды. Социально-экономические последствия безработицы.

### **Тема 14. Проблематика публикаций по развитию индустрии современного туризма**

Интернет-СМИ о туризме. Значение туризма и мотивы путешествий. Социально-экономическое и экологическое воздействие туризма. Государство и туризм. Планирование и политика развития туризма.

### **Тема 15. Отражение проблем социальной защиты населения в интернет-СМИ**

Интернет-СМИ о системе социальной защиты населения. Сущность и содержание социальной защиты. Роль и место социальной работы и социальных служб в социальной защите населения. Развитие реабилитационной индустрии в Республике Беларусь.

### **Тема 16. Социальные конфликты и пути их разрешения. Обсуждение вопроса развития социального партнерства в интернет-СМИ**

Социально-трудовые отношения как источник конфликтов. Основная классификация конфликтов в социально-трудовой сфере. Объективные

предпосылки и условия возникновения социального партнерства. Сущность социального партнерства. Содержание и механизм социального партнерства. Формирование системы социального партнерства в Республике Беларусь. Освещение профсоюзной тематики в СМИ.

### **РАЗДЕЛ 3. ГЕОПОЛИТИКА ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭПОХИ**

#### **Тема 1. Современные геополитические отношения как информационный феномен**

Геополитика и всеобщая концепция международных отношений как отдельной формы общественно-политических отношений в рамках земной цивилизации. Соотношение политики и геополитики. Социальное содержание геополитики государств. Стадии развития геополитики. Информационное измерение геополитики.

#### **Тема 2. Соотношение географии и политики. Актуальная типология геополитики**

Влияние географии на политику. Влияние политики на географическое измерение международных отношений. Географические предпосылки формирования геополитического мировоззрения. Социально-экономическая основа феномена международного разделения труда, как движителя геополитических отношений. Современные типы геополитики. Основные сферы международного взаимодействия на современном этапе и их трансформации.

#### **Тема 3. Субъекты и объекты геополитики**

Политическое содержание споров вокруг субъектности в международных и геополитических отношениях. Основные подходы к определению субъекта геополитики. Понятие субъекта. Критерии определения субъекта и объекта геополитики. Субъекты геополитики. «Квазисубъекты» международных отношений и их научное обоснование; современные концепции «наднациональных» или интегрированных субъектов международных отношений, «народной дипломатии» и «делегированных международных отношений».

#### **Тема 4. Интерес в геополитике и формы его реализации**

Соотношение и понятие категорий «политика», «внутренняя политика», «внешняя политика», «международные отношения» («мировая политика») и «геополитика». Геополитические интересы и геополитические амбиции. Экономические интересы, политические и прочие интересы в геополитике. Категория «интерес» в геополитике, его определение, цели и методы реализации.

## **Тема 5. Система геополитических отношений. Современные тенденции развития геополитики**

Система геополитических отношений в историческом, политическом, экономическом, идеологическом контекстах. Система геополитических отношений как объективная данность: эволюционный аспект. Характер внешних взаимодействий и конкретно-исторический уровень развития геополитики. Взаимосвязь превалирующего (доминирующего) характера внешних взаимодействий в тот или иной момент времени и внутренней политики. Факторы, определяющие характер и метод функционирования системы геополитических отношений. Организационный аспект. Функционирование и развитие системы международных отношений в условиях глобализации. Структура геополитических отношений.

## **Тема 6. Место и роль Республики Беларусь в системе геополитических отношений**

Факторы, определяющие качество и конкретно-историческую стадию развития современных геополитических отношений. Тенденции развития современной геополитики и белорусская модель развития. Участие Республики Беларусь в интеграционных процессах геостратегического масштаба. Геополитические перспективы развития белорусского государства. Концепция национальной безопасности Республики Беларусь.

## **Тема 7. Политические технологии: понятие, функции, основные принципы и рамки применения**

Политика, политический анализ, прикладная политика. Место технологий в системе прикладной политики. Политические технологии, их определение. Политические технологии и объективная политика. Соотношение формы и содержания, технологий и интересов в политике. Рамки возможного для политипических технологий. Политические технологии и когнитивный диссонанс. Связи с общественностью и политические технологии. Функции политических технологий.

## **Тема 8. Современная роль медиасферы в государственном управлении. Основные направления медийного влияния на общество и их использование**

Феномен медиасферы. Информационный бум, информационное общество, информационная политика. Определение медиасферы. Современная структура медиасферы. Понятие «информации» в медиасфере. Когнетивный диссонанс в обществе и медиасфера. Общественное значение медиасферы. Государство и медиасфера. Попытки управления медиасферой и система влияния на медиасферу. Основные направления медийного влияния на общество. Применение политических технологий в PR.

## **Тема 9. Медийная персонификация. Медиа-персона и фон ее подачи**

Медийность и медиасфера. Роль PR в медиасфере. Личностный фактор в системе доставки информации. Личностное восприятие информации. Контрапункты в медиапространстве. Функции медийных персон. Медиа-персона, ее важнейшие характеристики. Методы создания медиа-персон. Значение медиа-персон для успешной информационной политики. Способы подачи медиа-персон в медиапространстве. Перспективы развития медийной персонификации в Беларуси.

## **Тема 10. Медиасфера и идеология: ценностные подходы**

Современные направления, формы и методы работы в СМИ. Основные тенденции развития информационного пространства в Республике Беларусь. Идеологическое обеспечение и политические технологии государственной политики в СМИ. Геополитические и исторические предпосылки формирования белорусского менталитета как устойчиво традиционного и открытого сотрудничеству. Причины меньшей степени вестернизации белорусского народа в Союзном государстве. Толерантность, интернационализм, солидарность, стремление к справедливости, патриотизм как основные черты белорусского менталитета. Особенности освещения мировоззренческих основ белорусского менталитета в СМИ

Информационные потоки и белорусское общество. Роль государственных СМИ. Единое информационное пространство Республики Беларусь. Опыт использования современных информационных систем.

## **Тема 11. Полемический потенциал медийного работника. Способы противодействия политическому манипулированию**

Полемика и риторика, софистика и аргументация, объективность и субъективность в подаче информации. Цели и задачи государственной информационной политики и информационное разнообразие. Политика и информационный бум. Процесс обобществления информации и проблематика управления информационными потоками в современном мире. Объективизм информации и его политическое приложение.

«Метод объективизма» в работе журналиста и редактора. Позитивный настрой интервьюера или полемиста, его волевые качества: отработка приемов стимулирования и подавления. Распределение ролей «ведомый» – «ведущий», задание рамок дискуссии, владение материалом и значение импровизации. Отработка навыков вступления в дискуссию; отработка приемов вывода дискуссии в заранее намеченное русло; умения реагировать, парировать и переходить в наступление. «Эффект последнего слова»; искусство подведения итогов полемики. Деструктивная журналистика и приемы политического манипулирования: тенденциозность в освещении событий; фальсификация источников; вброс и тиражирование слухов.

Мастерство контрпропаганды и разъяснения государственной позиции.  
Способы противодействия политическому манипулированию

## **Тема 12. Методы применения политических технологий в медийном пространстве и критерии их эффективности**

Субъективизм зрительского и читательского восприятия. Опора журналиста и редактора на самостоятельность мышления и способность воспринимать аргументы читательской аудитории. Формула дистанции, но не дистанцирования реципиента от корреспондента в механизме передачи PR-информации. Рассудочное и предрассудочное в массовом сознании. Задачи имиджевой политики; объективность как основа успешных PR-акций. Цели и задачи государственной информационной политики и имиджевые технологии.

Личные симпатии корреспондента и эффект «нашего парня» в интернет-СМИ. Самоидентификация реципиента с корреспондентом. Роль PR в деятельности политических партий и других субъектов политического процесса. PR в избирательных кампаниях. Роль PR в повышении информированности граждан и их привлечения к участию в принятии политических решений.

## **Тема 13. Улучшение навыков оперативной подачи информации в интернет-СМИ в условиях избирательной кампании.**

Традиционная система подачи информации СМИ в условиях избирательной кампании: основные агенты и каналы. Совершенствование навыков оперативной подачи информации: основные методы на основе использования современных информационных технологий. Понятие «политическая кампания». Виды политических кампаний. Объект управленческого воздействия в политической кампании. Проблема адекватной оценки и правильного выбора объекта управленческого воздействия в политической кампании. Особенности политических кампаний, проводимых государственными акторами. Внешняя среда политической кампании. Институциональное политическое пространство. Культура общества как фактор, влияющие на выбор технологий проведения политической кампании. Ситуативные факторы внешней среды политической кампании. Пространственно-временной континуум развертывания политической кампании. Конкурентная среда управленческих отношений в политике.

## **Тема 14. Специфика освещения в СМИ международных визитов**

Средства массовой информации как основной канал политической коммуникации международных сообществ и социумов. Формы и методы взаимодействия МИД и СМИ. Интерес электората к международным визитам в Республику Беларусь: основные правила успешного освещения в СМИ.



Иностранные чиновники, депутаты, бизнесмены и эксперты: особенности интервьюирования и подачи информации.

#### **РАЗДЕЛ 4.**

### **СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ИНТЕРНЕТ-СМИ. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА**

#### **Тема 1. Общественно-политическая проблематика: характеристика и содержание**

Определение и характеристика понятий «проблема», «общественно-политическая проблема», «общественно-политическая проблематика», «общественно-политическая ситуация». Критерии классификации общественно-политических проблем.

#### **Тема 2. Теоретико-методологические основы информационной политики**

Информационное общество и информационная политика. Концептуальные принципы формирования информационной политики. Информационное пространство: сущность и содержание. Трансформация журналистики в условиях развития информационного общества.

#### **Тема 3. Массовая коммуникация как система управления**

Социальные системы: информационный аспект. Сфера массовой коммуникации в системе управления. Менеджмент в средствах массовой информации. Управленческая команда в творческом коллективе.

#### **Тема 4. Информационное обеспечение общественных связей**

Работа информационных служб органов государственной власти в современных условиях. Особенности взаимодействия средств массовой информации и государственных структур. Информационные технологии формирования имиджа государственной власти. Пресс-служба: особенности работы, регламентация деятельности, технологии.

#### **Тема 5. Методика подготовки общественно-политических журналистских материалов**

Определение целей и задач, функционального назначения и адресата. Исследуемая проблема: вычленение основных ее составляющих. Накопление эмпирических данных. Сбор материалов оценочного характера воздействия, убеждения и, при необходимости, внушения. Сочетание рассуждений и изложения некомментируемых фактов. Факт как способ убеждения. Проблемы усвоения общественно-политической информации. Социологический опрос. Использование статистической информации. Создание новостного повода. Соблюдение этических норм. Обобщение

информации, выявление тенденций и закономерностей в социально-политических явлениях.

#### **Тема 6. Теоретические основы информационно-аналитической деятельности**

Цели, задачи, объект, предмет, субъекты информационно-аналитической деятельности. Сущность и содержание информационно-аналитической деятельности. Глобализация и защита национальных интересов Беларуси в средствах массовой информации. Информационные войны: понятие и сущность.

#### **Тема 7. Общественно-политическая кампания как фактор актуализации проблематики общества**

Основные характеристики и определение понятия «общественно-политическая кампания». Выборы в интернет-пространстве. Цели и задачи интернет-изданий в освещении общественно-политической кампании. Технология проведения общественно политической кампании в интернете. Позиция журналиста.

#### **Тема 8. Социальный контроль за деятельностью средств массовой информации. Социальная ответственность СМИ**

СМИ как посредник в диалоге демократического государства и общества... Роль СМИ в процессе принятия государственных решений. Социальная и гражданская направленность СМИ. Проблемы взаимоотношения СМИ со структурами гражданского общества.СМИ – инструмент формирования в массовом сознании образа власти и элиты, инструмент формирования «лица власти».

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Дневная форма получения образования с применением дистанционных образовательных технологий**

номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество Часов УСП	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>I.</b>	<b>Социально-культурная проблематика интернет-СМИ</b>							
1.	Культура как специфическое системное образование	2						Презентация
2.	Культура в эпоху глобализации и ее место в мировых СМИ.	2						Реферат
3.	Универсальная модель исторических трансформаций культуры в мировой и отечественной науке	2						Фронтальный опрос
4.	Журналистика как феномен духовной культуры общества.				2			Сообщение
5.	СМИ в социокультурной системе современного города: семиотика культурного пространства				2			Устное выступление
6.	Массовая коммуникация как разновидность духовно-практической деятельности				2			Работа в мини-группах
7.	Тенденции развития современной культуры	2						Фронтальный опрос
8.	Контент культурной журналистики				2			Сообщение
9.	СМИ как транслятор функций культуры:	2						Работа в мини-группах

номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество Часов УСП	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>I.</b>	<b>Социально-культурная проблематика интернет-СМИ</b>							
	творческой, познавательной, регулятивной, ценностной, семиотической, смысловой.							
10.	Типология социально-культурной проблематики в интернет-СМИ				2			Презентация
11.	СМИ – транслятор социальных и культурных концептов массовой культуры				2			Презентация
12.	Классификация индустрии досуга в интернет-СМИ				2			Сообщение
13.	Тематические доминанты современных интернет-СМИ как отображение культурной динамики.				2			Тест
14.	Жанровая специфика социально-культурной проблематики интернет-СМИ				2		2	Практическая работа
15.	Смещение перспективы, игра (по И. Гофману) как инструмент культурной социализации	2						Презентация
16.	Ценностные ориентиры современного города в освещении интернет-СМИ				2			Реферат
17.	Журналистская деятельность по сохранению культурного наследия				2		2	Практическая работа

номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество Часов УСП	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>I.</b>	<b>Социально-культурная проблематика интернет-СМИ</b>							
18.	Формирование моральной и правовой культуры граждан				2			Презентация
19.	Город и повседневность в интернет-СМИ				2			Сообщение
20.	Феномен карнавала в социальной жизни общества				2			написание текстов
21.	П. Бурдье и П. Сорокин о механизме динамики поля культуры	2						Сообщение
22.	Понятие социальной системы в Т. Парсонса	2						Реферат
23.	Использование теоретических, эмпирических, социологических знаний журналистам во установлении обратных связей с аудиторией и выборы технологий популяризации научных знаний				2			Сообщение
24.	Формирование концептов массовой культуры и стереотипов поведения в современном социокультурном пространстве				2			Реферат
	Всего	16			32		4	

номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество Часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>II.</b>	<b>Социально-экономическая проблематика интернет-СМИ</b>							
1.	Актуальные проблемы современности и журналистика. Противоречия глобализации	2			6		2	Открытое эвристическое задание (отчет)
2.	Демографические проблемы и политика народонаселения	2			4			Практическая работа, написание текстов
3.	Миграционные процессы современности	2			4			Опрос, Презентация
4.	Проблемы экологии в зеркале интернет-СМИ	2			4			Сообщение, написание текстов
5.	Основные сферы общественной жизни как объект журналистики. Экономическая проблематика	2			4			Фронтальный опрос, отчет
6.	Проблематика социальной сферы в интернет-журналистике	2			4			Открытое эвристическое задание, работа в мини-группах
7.	Актуальные проблемы социальной практики в освещении СМИ. Духовно-религиозная проблематика	2			2			Презентация

номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество Часов УСП	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>II.</b>	<b>Социально-экономическая проблематика интернет-СМИ</b>							
8.	Проблематика благотворительной деятельности				2			Деловая игра
9.	Проблемы детства в информационном поле интернет-СМИ				2			Реферат
10.	Гендерная проблематика				2			Сообщение
11.	Антикриминальная проблематика				2			Презентация
12.	Проблема антинаркотических публикаций				2			Работа в мини-группах
13.	Проблемы занятости населения в отражении современных интернет-СМИ				2			Практическая работа
14.	Проблематика публикаций по развитию индустрии современного туризма				2		2	Проект
15.	Отражение проблем социальной защиты населения в интернет-СМИ				2			Презентация
16.	Социальные конфликты и пути их разрешения. Обсуждение вопроса развития социального партнерства в интернет-СМИ	2			4			Деловая игра, дискуссия
	Всего	16			48		4	

номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество Часов УСП	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>III</b>	<b>Геополитика информационной эпохи</b>							
1.	Современные геополитические отношения как информационный феномен	2			4		2	Доклады, опрос
2.	Соотношение географии и политики. Актуальная типология геополитики	2			4			Обсуждение
3.	Субъекты и объекты геополитики	2			4			Индивидуальная и групп. работа
4.	Интерес в геополитике и формы его реализации	2			4			
5.	Система геополитических отношений. Современные тенденции развития геополитики	2			4			Обсуждение
6.	Место и роль Республики Беларусь в системе геополитических отношений	2			4			Текущий опрос
7.	Политические технологии: понятие, функции, основные принципы и рамки применения	2			4			Текущий опрос
8.	Современная роль медиасферы в государственном управлении. Основные направления медийного влияния				4			Обсуждение
9.	Медийная персонификация. Медиа-персона и фон ее подачи				4			Оценивание групповой работы
10.	Медиасфера и идеология: ценностные подходы				2			Обсуждение, опрос



номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество Часов УСП	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>III</b>	<b>Геополитика информационной эпохи</b>							
11.	Полемический потенциал медийного работника Способы противодействия политическому манипулированию	2			4			
12.	Методы применения политических технологий в медийном пространстве и критерии их эффективности				2			Обсуждение
13.	Улучшение навыков оперативной подачи информации в СМИ в условиях избирательной кампании				2			Обсуждение
14.	Специфика освещения в СМИ международных визитов				2		2	Доклады, опрос
	Всего	16			48		4	

номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество Часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>IV</b>	<b>Социально-политическая проблематика интернет-СМИ. Информационная политика</b>							
1.	Общественно-политическая проблематика: характеристика и содержание	2			2			Фронтальный опрос
2.	Теоретико-методологические основы информационной политики	2			2			Фронтальный опрос
3.	Массовая коммуникация как система управления	2			2			Реферат
4.	Информационное обеспечение общественных связей	2			2			Фронтальный опрос
5.	Методика подготовки общественно-политических журналистских материалов	2			2			Сообщение
6.	Теоретические основы информационно-аналитической деятельности	2			2		2 ДО	Реферат, сообщение
7.	Общественно-политическая кампания как фактор актуализации проблематики общества	2			2			Устное выступление
8.	Социальный контроль за деятельностью средств массовой информации. Социальная ответственность СМИ	2			2			Работа в мини-группах
	Всего	16			16		2	

**ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**  
**РАЗДЕЛ 1**  
**СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА**  
**ИНТЕРНЕТ-СМИ**

**Перечень основной литературы**

1. Виды литературно-художественной критики / под общей редакцией Л.П. Саенковой. – Минск: Белорусский государственный университет, 2005. – С. 136.
2. Кастельс, М. Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс. – Екатеринбург, 2004. – С. 73.
3. Курышева, Т.А. Музыкальная журналистика и музыкальная критика / Т.А. Курышева. – Москва: Владос-пресс, 2007. – 131 с.
4. Орлова, Т.Д. Музыкальная журналистика: Учеб. Пособие / Орлова Т.Д. – Минск: «Современные знания», 2007.
5. Теория культуры: учебное пособие. – СПб.: Питер, 2008.
6. Ионин Л. Социология культуры. – М., 1996.
7. Медыі і камунікацыя. БК, Мн., 2000.
8. Бондарева Е.Л. Освещение литературы и искусства в СМИ. Мн., 2004.
9. Стрельцов Б. Основы публицистики. Жанры. Мн.: Университетское, 1990.
10. Клименко С., Уразметов В. Интернет: Среда обитания информационного общества//ИФВЭ, МФТИ. – Протвино: РЦФТИ, 1995.
11. Смирнов С.Н., Сидорина Т.Ю. Социальная политика. – М.: ГУ ВШЭ, 2004.
12. Социальная журналистика в гражданском обществе / Под ред. Т.И. Фроловой. – М.: АСИ, 2006.
13. Фролова Т.И. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге. – М.: Пульс, 2003.
14. Бурдье П. Структуры, habitus, практики // Современная социальная теория: Бурдье, Гидденс, Хабермас. – Новосибирск, 1995
15. Ковалев А. Д. Формирование теории действия Толкотта Парсонса// История теоретической социологии. В 4-х тт. Т.3. М.: Канон, 1997, с.150-179.
16. Тычко Г.К. Асновы літаратурна-мастацкай творчасці. – Мінск : Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, 2005
17. Тычко Г.К.,Таямніца слова. Літаратурна-мастацкая творчасць– Мінск : Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, 2016.

**Перечень дополнительной литературы**

1. Инглегарт Р. Культурный сдвиг в зрелом индустриальном обществе // В кн. Новая постиндустриальная волна на Западе. М., 1999.

2. Гадамер Х. Г. Актуальность прекрасного. М., 1991.
3. Уэльбек М. Расширение пространства борьбы. М., 2003.
4. Конан, Уладзімір. Выбранае - Мінск: Смэлтак, 2009.
5. Крукоўскі, Мікалай «Філасофія культуры: Уводзіны ў тэарэтычную культуралогію». Мн., 2000.
6. Социальный капитал и социальное расслоение. – М.: Альпина, 2003.
7. Социальная политика: Энциклопедия / Под ред. Волгина Н.А., Сулимовой Т.С. – М.: Альфа-Пресс, 2006.
8. Гронас М. “Чистый взгляд” и взгляд практика: Пьер Бурдьё о культуре // <http://nlo.magazine.ru/philosoph/sootech/main11.html>
9. Долгин А. Рынки культуры, рынки времени // [http://artpragmatica.ru/contents/media/about\\_01.htm](http://artpragmatica.ru/contents/media/about_01.htm)
10. Нестик Т. Культурный, социальный и символический капиталы // [http://artpragmatica.ru/contents/science/nestik\\_01.htm](http://artpragmatica.ru/contents/science/nestik_01.htm)
11. Тевенон Э. Пьер Бурдьё. Новый взгляд на общество // <http://www.ambafrance.ru/label/no47/art/art18.htm>
12. Мартыненко, В.М. Необыкновенные перипетии обыкновенного шоу-бизнеса // Дзеяслоў. 2006. № 19.
13. Свердлов, П.Л. Музыкальная журналистика как феномен современного медиaprостранства / Веснік БДУ. – Сер. 4. №3, 2007.
14. Свердлов, П.Л. Классификация интернет-ресурсов белорусской музыкальной журналистики: [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/6189/1/20%20Свердлов.pdf>.
15. Чернухо, А.: Пациент жив: [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://ultra-music.com/view/24128>.
16. Чернухо, А.: Татьяна Замировская: «Журфак ничего в плане музыкальной журналистики мне не дал»: [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://ultra-music.com/articles/profi/9432>.

## РАЗДЕЛ 2 СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ИНТЕРНЕТ-СМИ

### Перечень основной литературы

1. Амзин, А. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин [и др.]; под науч. Ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. – 304 с.
2. Амзин, А. Новостная интернет-журналистика: Учебное пособие для студентов вузов / А. Амзин. – 2-е изд., испр. И доп. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 143 с.
3. Градюшко, А.А. Основы творческой деятельности веб-журналиста: учеб.-метод. Пособие / А.А. Градюшко. – Минск: БГУ, 2019. – 239 с.

4. Дзялошинский, И.М. Профессиональная этика журналиста: учебник и практикум для академического бакалавриата. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 412 с.
5. Демина, И.Н. Экономическая журналистика в массовой коммуникации / И.Н. Демина // Вестн. Моск. Ун-та. – Сер. 10. Журналистика. – 2011. – № 4. – С. 101-110.
6. Демина, И.Н. Экономическая журналистика: проблемы научного и кадрового обеспечения / И.Н. Демина // Известия БГУ. 2011. – №3. [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-zhurnalistika-problemy-nauchnogo-i-kadrovogo-obespecheniya>. – Дата доступа: 03.09.2020.
7. Елфимов, В.А. Проблематика средств массовой информации [Электронный ресурс]: учеб.-метод. Комплекс / В. А. Елфимов. – Минск: БГУ, 2019. – 170 с.
8. Журналісцкае майстэрства [Электронны рэсурс] : вучэб.-метад. Комплекс / Д. А. Нікановіч [і інш.] ; пад агул. Рэд. В. М. Самусевіч, Д. А. - Нікановіча. – Мінск : БДУ, 2020. – 1 электрон. Апт. Дыск (CD-ROM).
9. Интернет-СМИ. Теория и практика / под ред. М.М. Лукиной. – М., 2010.
10. Калмыков, А.А. Интернет-журналистика: учеб. Пособие / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – М.: Юнити, 2005. – 383 с.
11. Катенева, И.Г. Социальная журналистика: учебное пособие / И.Г. Катенева; Новосибирский гос. Пед. Ун-т. – Новосибирск: НГПУ, 2013. – 232 с.
12. Ким, М.Н. Технология создания журналистского произведения / М.Н. Ким. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001. – 320 с.
13. Колесниченко, А.В. Практическая журналистика: учебное пособие / А.В. Колесниченко. – М.: Издательство Московского университета, 2013. – 192 с.
14. Коханова, Л.А. Экологическая журналистика, PR и реклама: учеб. Пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика» / Л.А. Коханова; под ред. Я.Н. Засурского. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 383 с.
15. Основы журналистской деятельности / под ред. С. Г. Корконосенко. – М.: Юрайт, 2015. – 332 с.
16. Проблематика СМИ: Информационная повестка дня / Г.В. Вычуб, В.Л. Иваницкий, Н.В. Ищенко и др. – Аспект Пресс Москва, 2008. – 316 с.
17. Сергеевко, А.А. Создание журналистских текстов в трансформирующейся среде массовой коммуникации: автореф. Дис. Канд. Филолог, наук: 10.01.10/ Сергеевко Алла Александровна. – Москва, 2011. – 26 с.
18. Социальная журналистика как общественная деятельность: опыт и научные исследования в России, США и странах Северной Европы: матер. Международного семинара (17–18 марта 2014 года) / под ред. С. Г.

Корконосенко. – СПб.: С.-Петербург. Гос. Ун-т; ин-т «Высш. Шк. Журн. И мас. Коммуникаций», 2014. – 126 с

19. Чепкина, Э.В. Социальная журналистика. Проблемы толерантности в СМИ: учебное пособие для вузов / Э.В. Чепкина. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 115.

20. Чудинов, А.П. Умение убеждать: практическая риторика / А.П. Чудинов. – Екатеринбург: Издат-во Урал. Ун-та, 1999.

21. Шостак, М.И. Репортер: профессионализм и этика: учеб. Пособие / М.И. Шостак. – М.: РИП-холдинг, 2003. – 164 с.

### **Перечень дополнительной литературы**

1. Абельсон, Х. Атака битов / ХэлАбельсон, Кен Ледин, Гарри Льюис. – Санкт-Петербург; Москва: Символ+, 2009. – 386 с.

2. Болушевский, С.В., Баловсяк, Н.В. Эффективный интернет. Трюки и эффекты. – СПб.: Питер, 2009. – 304 с.

3. Грабельников, А.А. Работа журналиста в прессе: учеб. Пособие / А.А. Грабельников. – М.: РИП-холдинг, 2001. – 273 с.

4. Градюшко, А.А. Сетевая пресса в системе СМИ: учебно-методический комплекс / А.А. Градюшко. – Мн.: ЗАО «Современные знания», 2005. – 144 с.

5. Данилова, Е.Е. Информационное развитие социальных систем / Е.Е. Данилова. – М.: РИП-холдинг, 2002. – 130 с.

7. Дери, М. Скорость убегания: киберкультура на рубеже веков / Марк Дери. – Екатеринбург: Ультра. Культура, 1996. – 478 с.

8. Засорина, Т. Профессия – журналист / Т. Засорина, И. Федосова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1999.

9. Интернет-СМИ: вопросы законодательства, конкуренция, нравственный аспект // Журналист. – № 4. – 2007. – с. 6–13.

10. Калмыков, А.А. Медиалогия Интернета / А.А. Калмыков. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. – 272 с.

11. Ким, М.И. Основы творческой деятельности журналиста: учебник для вузов.-СПб.: Питер, 2011. – 400 с.

12. Корконосенко, С.Г. Основы журналистики: учебник / С.Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2001. – С. 73-85.

13. Лазутина, Г.В. Основы творческой деятельности журналиста / Г.В. Лазутина. – М.: Аспект Пресс, 2001. – с. 26-44.

14. Яблонских, А.В. Особенности подготовки текстов для эффективного PR-продвижения сайтов интернет-СМИ: автореф. Дис. Канд. Филолог, наук: 10.01.10 / А.В. Яблонский. – Москва, 2011. – 18 с.

## РАЗДЕЛ 3 ГЕОПОЛИТИКА ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭПОХИ

### Перечень основной литературы

1. Бабосов, Е.М. Структурная трансформация образа жизни населения Беларуси в конце XX века / Е.М. Бабосов. - Мн.: Право и экономика. - 230с.
2. Блэк, С. Введение в публик рилейшнз: Пер. с англ. / СэмуэльБлэк. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1998. – 317с.
3. Брайан О’Дей. Планирование политических кампаний. «Шаг за шагом к победе на выборах». / О’Дей Брайан – М.: 1999. – 99с.
4. Буховец О. Электоральное поведение белорусских регионов / О. Буховец, Д. Фурман // Белоруссия и Россия: Общества и государства. – Вып. 2. – М.: Права человека, 1998 – с. 184-224.
5. Володенков, С.В. Применение SWOT – анализа политического имиджа в аспекте построения стратегической или имиджевой концепции / С.В. Володенков. –Вестник Московского университета. Серия 12. 2008. №2. с. 17-26.
6. Гоулд Ф. Стратегическое планирование избирательной кампании / Ф. Гоулд // Полис. – 1993, № 4. с. 50-58.
7. Гринберг, Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама: учеб. пособие для студентов вузов / Т.Э.Гринберг. – М.: Аспект Пресс, 2006.
8. Гришин, Н. Основы проведения избирательных кампаний Н. Гришин. М.: РИП-холдинг. 2003. – 184с.
9. Денисюк Н.П. Идеология избирательных кампаний / Н.П. Денисюк // Основы идеологии белорусского государства: учебное пособие для вузов / под общей ред. С.Н. Князева, С.В. Решетникова. – Мн.: Академия управления при президенте Республики Беларусь, 2004. с. 192-212.
10. Денисюк Н.П. Позитивный имидж Беларуси как ресурс национального развития / Н.П. Денисюк // Научные труды Республиканского института высшей школы. Философско-гуманитарные науки: сб. науч. ст. Вып. 7 (12) – Мн.: РИВШ, 2009.- с.39-44.
11. Дмитриев, Е.М. Беларусь: итоги и уроки президентских выборов 2001/ Е.И. Дмитриев, М.Н. Хурс – Мн.: ИСПИ, 2002. – 264с.
12. Егорова-Гантман Е.А. Политическая реклама / Е. Егорова-Гантман, К. Плешаков. - М.: Никколо М. 2002. – 259с.
13. Жуков, В.И. Политический менеджмент: учеб. пособие / В.И. Жуков, А.В. Карпова, Л.Г. Лаптева, О.В. Шабров. – М., 2004.
14. Земляков, Л.Е. Технология избирательных кампаний в политическом управлении / Л.Е. Земляков, И.А. Карпухина / Научные труды Академии управления при Президенте Республики Беларусь. Выпуск 7. - Мн., 2006. – с. 171-182.

15. Имиджелогия: как нравиться людям / Сост., научн. ред. ВМ. Шепель. - М.: Народное образование, 2002. – 575с.
16. Кара-Мурза, С.Г. Манипуляция сознанием / С.Г. Кара-Мурза - М.: изд-во «Эксмо», 2003. – 256с.
17. Политическое консультирование. - М.: Центр Политического консультирования «Никколо М», 1999, - 471с.
18. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г. Почепцов. - М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2001. – 651с.
19. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Почепцов. - М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2000. – 348с.
20. Почепцов Г.Г. Имиджеология / Г. Почепцов. – изд. 4-е, испр. и доп. - М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2004. – 574с.
21. Соловьев, А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии (2-е издание) / А.И. Соловьев. - М.: Аспект-Пресс, 2008. -559с.
22. Пономарев Н. Ф. Политические коммуникации и манипуляции: учебное пособие / Н. Ф. Пономарев. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 128с.
23. Русаков А. Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти. Учебное пособие. – СПб.: Издательство Михайлова В. А., 2006. – 218 с.
24. Связи с общественностью как социальная инженерия/под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. – СПб.: Речь, 2005. – 350 с.
25. Сморгунов, Л.В. GR – связи с государством. Теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством: учеб. пособие / под ред. Л.В.Сморгунова и Л.Н.Тимофеевой. – М.: РОССПЭН, 2012. – 407 с.
26. Харитонов М. В. Реклама и PR в массовых коммуникациях. – СПб.: Речь, 2008. – 198 с.
27. Байтеров, М. Бедность и политика адресной социальной помощи малообеспеченным семьям // Человек и труд. – 2001., № 1.
28. Бедность: альтернативные подходы к определению и измерению. Московский центр Карнеги. М., 1998.
29. Волгин, Н.А. Японский опыт решения экономических и социально-трудовых проблем. — М.: Экономика, 1998.
30. Горкин, А.П. Социальная энциклопедия. М., 2000.
31. Конституция Республики Беларусь с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г. и 17 октября 2004 г.
32. Лебедева, Л. Политика вспомоществования в США: разумная прагматичность // Человек и труд. – 2000. № 4.
33. Семичин, Г.Ю. Социальное партнерство в современном мире. — М.: Мысль, 1996.
34. Социальная политика: учебник / Под общ.ред. Н.А. Волгина. – М.: Издательство «Экзамен», 2006. – 734 с.



35. Фишер, С., Дорнбуш, Р., Шмалензи, Р. Экономика. — М.: Дело, 1993.
36. Экономика труда и социальные отношения. Курс ключевых лекций / Под ред. Волгина Н.А., Ракитского Б.В. — М.: Изд-во РАГС, 1998.
37. Экономика. Учебник / Под ред. А.И. Архипова. Гл. 30 - «Проблемы социальной сферы». М., Проспект, 1998 и 1999 гг.
38. Бабосов, Е. М. Социальные аспекты научно-технической революции. — Минск:БГУ, 1976.—478 с.
39. Беларусь: Государство для человека. Национальный отчет о человеческом развитии. — Минск, 1997. — 84 с.
40. Вараб'ёў, В. П., Дубовік С. В. Журналістыка: ад А да Я. Даведнік.—Мінск: БДУ, 2002.— 216 с.
41. Дубовік, С.В. Асобаямісіясацыяльнаганарыса // Маладосць – 2000. — №3.— С. 200 – 208.
42. Засурский, И. Масс-медиа второй республики. М.: МГУ, 1999. — 271 с.
43. Милюхин, И. С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. — М.: МГУ, 1999. — 275 с.
44. Решетников, С. В., Яскевич, Я. С, Новиков, В. Т. Политический процесс в современной Беларуси: субъекты, особенности, тенденции // Веснік БДУ. Сер. 3. — 1996. — № 2. — С. 18 – 21.
45. Белякова, Л. П. Мир газетного образа. — Минск, 2003.
46. Горохов, В. М. Публицистика: теория и практика. — М., 1995.
47. Ким, М. Н. Технология создания журналистского произведения. — СПб., 2001.
48. Лазутина, Г. Основы творческой деятельности журналиста. — М.: Аспект Пресс, 2006.
49. Лукашенко, А.Г. Край сердцем любимый. Выступление Президента перед студентами и преподавателями БГУ. — Советская Белоруссия, 14 февр. 2008 г.
50. Основы творческой деятельности журналиста / Под ред. С. Г. Корко-носенко. — СПб., 2002.
51. Прохоров, Е. П. Публицистика: Природа. Закономерности. М.: Искусство, 1992.
52. Современная журналистика: методология, творчество, перспективы: Сб. науч. ст. / Редколл.: Н. Т. Фрольцова (гл. ред.). — Минск: БГУ, 2008.
53. Константинов А.Д. Журналистское расследование: история метода и современная практика. — СПб., 2001.
54. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. — М.: «Аспект Пресс», 2001.
55. Рэндалл Д. Универсальный журналист/ Перевод с англ. А. Порьяза, под ред. В.Харитоновна. — Вел. Новг., СПб, 1999.

56. Тертычный А.А. Расследовательская журналистика: учеб. пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2002.
57. Шостак М.И. Репортер: профессионализм и этика. – М.: «РИП-холдинг», 2001.
58. Анцупов, А.Я. Словарь конфликтолога / А.Я. Анцупов, А.И. Шипилов. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2006. – 528 с.
59. Герасимович, О.П. К определению роли журналистики в конфликте // О.П. Герасимович / Куляшоўскія чытанні: мат-лы Міжнар. навук.-практ. канф.: у 2 ч. Ч. 2. (29-30 красавіка 2010 г.). – Магілёў: УА «МДУ імя А.А. Куляшова», 2010. – С. 271-277.
60. Герасимович, О.П. Позиция СМИ в конфликте. / О.П. Герасимович // Журналістыка-2009: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 11-й Міжнар. навук.-практ. канф., прысвечанай 65-годдзю факультэта журналістыкі БДУ, 3-4 сн. 2009 г. Мінск / рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 11. – Мінск : БДУ, 2009. – С. 397-399.
61. Герасимович, О.П. Понятия “язык конфликта” и “язык вражды” для повышения профессионализма журналистов / О.П. Герасимович // Материалы докладов Международной научной конференции “Русский язык в контексте культуры”, 10-11 ноября 2009 г. / Могилевский государственный университет им. А.А. Кулешова.
62. Герасимович, О.П. СМИ как посредник в конфликте / О.П. Герасимович, В.П. Воробьев // Журналістыка-2008: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 10-й Міжнар. навук.-практ. канф., 11-12 снеж. 2008 г. / Рэдкал.: С.В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 10. – Мінск: БДУ, 2008. – С. 392-394.
63. Герасимович, О.П. Топологическая матрица изучения СМИ в конфликте / О.П. Герасимович // Вестник БГУ. Серия 4. № 2. Минск: БГУ, 2010. – С. 69-72.
64. Прикладная конфликтология для журналистов / Центр экстремальной журналистики; сост. М. Мельников. – М.: Права человека, 2006. – 157

### **Перечень дополнительной литературы:**

1. Государственная политика и управление в Республике Беларусь: пособие / С.В. Решетников [и др.]; под ред. С.В. Решетникова. – Минск: БГУ, 2010. – 143 с.
2. Государственная политика и управление. Учебник. В 2 ч. / Под ред. Л.В. Сморгунова. - М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2006. - 384 с.
3. Дегтярев, А.А. Принятие политических решений: учеб. пособие / А.А. Дягтерев. – М.: КДУ, 2004. – 416 с.
4. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учебник для студентов вузов / В. Ф. Кузнецов. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 302 с.

5. Платонов, Ю.П. Технологии власти: в 2-х т. / Ю.П. Платонов. – М.: Речь, 2010.
6. Сухотерин Л. Информационная работа в государственном аппарате. – М.: Издательство «Европа», 2007. – 473 с.
7. Тарасов А.Н., Пацынко С.В. Влияние слухов на электоральное поведение избирателей. - М.: ГУУ, 2007. – 328 с.
8. Чумиков А. Н. Связи с общественностью: теория и практика/А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – М.: Дело, 2008. – 557 с.
9. Юдин, И. Государственная информационная политика: онтологические основания дефинирования [Электронный ресурс] / И. Юдин // Международная Академия Наук и Высшего Образования / Всемирная федерация научной аналитики. – 2017. – Режим доступа: <http://gisap.eu/ru/node/470>. – Дата доступа: 15.04.2017
10. Справочно-аналитическая информация о деятельности отрасли СМИ и печати в 2016 году. – Минск: Министерство информации Республики Беларусь, 2017. – 69с
11. Министерство информации Республики Беларусь. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://www.mininform.gov.by/ru/deyatelnost-ru/>. – Дата доступа: 27.04.2017

#### **РАЗДЕЛ 4**

### **СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ИНТЕРНЕТ-СМИ. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА**

#### **Перечень основной литературы**

1. Афанасьев, В.Г. Социальная информация. – М.: Мысль, 1994. – 148 с.
2. Бабосов, Е.М. Социальные аспекты научно-технической революции. – Минск: БГУ, 1976.–478 с.
3. Байтеров, М. Бедность и политика адресной социальной помощи малообеспеченным семьям // Человек и труд. – 2001., № 1.
4. Данилов, А.Н. Переходное общество: проблемы системной трансформации. Мн., 1997.
5. Засурский, И. Масс-медиа второй республики. М.: МГУ, 1999. – 271 с.
6. Матусевич, Е. В., Мельников, А. П. Начала политологии: Учеб.пособ. для вузов. – Минск: Мастацкая літаратура, 1998. – 112 с.
7. Милюхин, И.С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. – М.: МГУ, 1999. – 275 с.
8. Решетников, С. В., Яскевич, Я. С, Новиков, В. Т. Политический процесс в современной Беларуси: субъекты, особенности, тенденции // Веснік БДУ. Сер. 3. – 1996. – № 2. – С. 18 – 21.

9. Стральцоў, Б. В. Розумам і сэрцам // Вдохновение – 2000. – Июнь – октябрь. – С. 3.
10. Эдмонт, Б. Ламбет. Приверженность журналистскому долгу: Об этическом подходе в журналистской профессии (Пер. с англ.) – М.: Нац. Институт прессы, 1998. – 65 с.
11. Касько, У. К. Сацыяльнае кіраванне СМІ // Сацыяльныя аспекты развіцця беларускай журналістыкі. – Мінск, 2003. – Вып. 6.
12. Вебер М. Политика как призвание и профессия // Избр. Произведения. – М., 1990.
13. Проблематика СМИ: Информационная повестка дня: учебное пособие под ред. Шкондина М.В., Вычуба Г.С., Фроловой Т.И. Изд-во «Аспект Пресс», 2008 г.
14. Лисова С.Ю. Политическая эффективность СМИ. Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология. Экономика. Информатика. № 13 (108) / том 19 / 2011
15. Антанович, Н. Политическая наука в Республике Беларусь: проблемы становления и развития / Палітычная сфера. -- №3 (2004) стр.10-22
16. Павликова, М.М. Современная журналистика: профессия в условиях гражданского и информационного общества // Вестник Московского ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2001. № 1. С. 107-111.
17. Правдивец, В.В. Информационное поле Республики Беларусь. Структура и подходы к изучению. Формирование и развитие / В.В. Правдивец, Д.Г. Ротман, В.В. Русакевич. – Минск: Зималетто, 2009. – 184 с.
18. Журналистика в мире политики: исследовательские подходы и практика участия / ред.-сост. С.Г. Корконосенко. – СПб: Изд-во Михайлова В.А., 2004. – 448 с.
19. Мельник, Г.С. Актуальные проблемы современности и журналистика: учеб. пособие / Г.С. Мельник, А.Н. Тепляшина. – 2-е изд., испр. И доп. – СПб: Роза мира, 2009. – 242 с.
20. Информация и общественное мнение: от репортажа в СМИ к реальным переменам (под ред. Румин Ислам). – пер. с англ. – М.: Альпина Паблшерз, 2010. – 293 с.
21. Дзялошинский, И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. – М.: Престиж, 2006. – С. 9–44.

#### **Перечень дополнительной литературы**

1. Политические коммуникации: учебное пособие для студентов вузов [Петрунин Ю.Ю. и др.]; под ред. А.И. Соловьёва. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 332 с.
2. Дзялошинский, И.М. СМИ, власть и гражданское общество в регионе. – М.: Издательство «Пульс», 2002. – 43 с.

3. Власть, граждане и СМИ. Материалы экспертных опросов ФРИП по ключевым проблемам российской политики в 2004-2005 гг. / Фонд развития информационной политики. – М.: Издательский дом «Хроникер», 2005. – 320 с.
4. Вартанова, Е.Л. Гендерная проблематика в политических кампаниях: СМИ как индикатор гражданской культуры/ Е.Л. Вартанова, О.В. Смирнова, Т.И. Фролова. Медиаскоп. Электронный научный журнал Факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова. – Выпуск №2. 2009г.
5. Вараб'ёў, В. П., Дубовік С. В. Журналістыка: ад А да Я. Даведнік.–Мінск:БДУ, 2002.– 216 с.
6. Арако, В. В., Биндюков, Н. Г. Информационная политика как важный фактор поддержки процесса единения Беларуси и России // Информационный бюллетень собрания Союза Беларуси и России. – 2000. – № 3 (10). – С. 36 – 40.
7. Дубовік, С.В. Асобая місія сацыяльнага нарыса // Маладосць – 2000. – №3.– С. 200 – 208.
8. Беларусь: Государство для человека. Национальный отчет о человеческом развитии. – Минск, 1997. – 84 с.
9. Проблематика периодической печати: Учеб. Пособие / Под ред. Г.С. Вычуба и Т.И. Фроловой. – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2008. – 112 с.
10. Реснянская, Л.Л. Общественный диалог и политическая культура общества. – М., 2003.
11. Хабермас, Ю. Вовлечение другого. Очерки политической теории. – М., 2001.

## ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ И МЕТОДИКА ФОРМИРОВАНИЯ ИТОГОВОЙ ОЦЕНКИ

Рекомендуемыми средствами диагностики на занятиях по дисциплине «Проблематика интернет-СМИ», позволяющими проследить и оценить динамику процесса достижения целей обучения, являются контрольные работы, портфолио, открытые (эвристические задания), устные презентации студентов и студенческий проект (образовательный продукт).

При оценке *открытого (эвристического) задания* необходимо учитывать:

- самобытность (оригинальность) созданного образовательного продукта – 60 %;
- исследование изучаемого феномена с разных сторон, интегрирование знаний из различных областей – 15 %;
- личностная значимость достигнутых результатов – 25 %.

Оценка *устной презентации* включает:

- содержание выступления (ясность, доказательность, соответствие теме и аудитории) – 50 %;
- управление коммуникацией (ораторское мастерство, взаимодействие с аудиторией) – 25 %;
- применение визуальных средств – 25 %.

Оценка *проекта* включает:

- актуальность исследуемой проблемы – 20 %;
- корректность используемых методов исследования – 20 %;
- привлечение знаний из различных областей – 20 %;
- организация работы группы – 20 %;
- практикоориентированность полученных результатов – 20 %.

При оценивании *отчета* обращается внимание на:

- содержание и полноту раскрытия темы – 35 %;
- структуру и последовательность изложения – 35 %;
- источники и их интерпретацию – 20 %;
- корректность оформления – 10 %.

Формой текущей аттестации по дисциплине «Проблематика интернет-СМИ» учебным планом предусмотрен экзамен.

При формировании итоговой оценки используется рейтинговая оценка знаний студента, дающая возможность проследить и оценить динамику процесса достижения целей обучения. Рейтинговая оценка предусматривает использование весовых коэффициентов для текущего контроля знаний и текущей аттестации студентов по дисциплине.

Примерные весовые коэффициенты, определяющие вклад текущего контроля знаний и текущей аттестации в рейтинговую оценку:

- ответы на семинарах, участие в дискуссии – 40 %;
- подготовка аналитического обзора – 30 %;
- подготовка презентации – 20 %;

– подготовка реферата – 10 %.

Итоговая оценка по дисциплине рассчитывается на основе оценки текущей успеваемости и оценки на экзамене с учетом их весовых коэффициентов. Оценка по текущей успеваемости составляет 50 %, оценка на экзамене – 50 %.

## **ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ДЛЯ УПРАВЛЯЕМОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

### **РАЗДЕЛ 1**

#### **1**

#### **Тема 14. Жанровая специфика социально-культурной проблематики интернет-СМИ (2 ч.)**

Испробовать на практике разные способы подачи социокультурной проблематики:

- эссе;
- очерк;
- статья;
- репортаж;
- интервью;
- зарисовка.

Подготовленные материалы опубликовать в СМИ.

#### **2**

#### **Тема 17. Журналистская деятельность по сохранению культурного наследия (2 ч.)**

Подготовить для интернет-СМИ материал на тему сохранения материальной и духовной культуры белорусов:

- сохранение исторических памятников архитектуры;
- охрана национальных традиций в повседневной жизни;
- сохранение национальных традиций питания;
- сохранение национальных традиций духовной (религиозной жизни)
- национальные традиции дизайна жилья и окружающей среды и др.

### **РАЗДЕЛ 2**

#### **Тема 1. Актуальные проблемы современности и журналистика *Аналитический обзор интернет-СМИ (2 ч.)***

На примере конкретного средства массовой информации, с которым студент знакомится регулярно, подготовить аналитический обзор публикаций, посвященных социально-экономической проблематике. Анализ должен содержать оценку четкости формулировки проблемы и адекватности ее понимания журналистами, уровня их компетентности, релевантности используемой информации и т.д. В заключении, опираясь на результаты анализа, необходимо сформулировать выявленные особенности освещения данной проблемы в конкретном интернет-СМИ, а также разработать рекомендации по дальнейшему повышению эффективности журналистских

выступлений. Также можно провести сопоставительный анализ публикаций, относящихся к одной проблеме (различным аспектам этой проблемы), опубликованных в различных интернет-изданиях.

*(Форма контроля – отчет, дискуссионное обсуждение в группе).*

*Анализ подходов к формированию «информационной повестки дня» в различных типах интернет-СМИ (2 ч.)*

**Задание (эвристическое):** Что такое «информационная повестка дня»? Каковы ее цели, задачи и способы формирования? Что такое краткосрочная, среднесрочная и долгосрочная информационная повестка дня? Как превратить информационный шум в повестку дня? Проанализируйте конкретное интернет-СМИ (на выбор) на предмет формирования информационной повестки дня, поделитесь результатами своего анализа. Чего, на ваш взгляд, в ней не хватает? Составьте свою личную информационную повестку дня, аргументируйте свой ответ. Какие темы ее сегодня составляют и почему?

*(Форма контроля – отчет, дискуссионное обсуждение в группе).*

## 2

**Тема 6. Проблематика социальной сферы в интернет-журналистике (2 ч.)**

**Задание (эвристическое):** Подготовить авторский материал, посвященный актуальным социальным проблемам студенческой молодежи.

*(Форма контроля – творческие работы по возможности публикуются в студенческих СМИ <http://www.websmi.by/> либо <https://studlive.by/>. В ходе лабораторных занятий осуществляется устная презентация с рефлексией студента с обоснованием выбора темы и способа подачи информации).*

## 3

**Тема 14. Проблематика публикаций по развитию индустрии современного туризма (2 ч.)**

Подготовить журналистский материал по проблеме развития внутреннего туризма в Беларуси.

*(Форма контроля – творческие работы по возможности публикуются в СМИ. В ходе лабораторных занятий осуществляется устная презентация с рефлексией студента с обоснованием выбора темы и способа подачи информации).*

## 4

**Тема 16. Социальные конфликты и пути их разрешения. Обсуждение вопроса развития социального партнерства в интернет-СМИ (2 ч.)**

Формирование банка журналистских публикаций, в основе которых лежит социальный конфликт. Анализ примеров освещения таких ситуаций в СМИ.



(*Форма контроля* – дискуссия по теме последствия использования интернет-СМИ различных моделей освещения социальных конфликтов).

## РАЗДЕЛ 4

### 1

#### Тема 6. Теоретические основы информационно-аналитической деятельности (2 ч.)

Подготовить реферат на одну из тем, приведенных в списке, помещенном ниже.

Обсудить тезисы реферата в группе во время лабораторных занятий

*Форма контроля* – написание рефератов с представлением в электронном виде.

Руководство по написанию:

Требования к оформлению: шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 14, межстрочный интервал – 1,5; объем – не более 5 страниц и не менее 10 слайдов.

### ОПИСАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПОДХОДОВ И МЕТОДОВ К ПРЕПОДАВАНИЮ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При организации образовательного процесса используются:

1) *эвристический подход*, который предполагает:

- осуществление студентами лично-значимых открытий окружающего мира;
- демонстрацию многообразия решений большинства профессиональных задач и жизненных проблем;
- творческую самореализацию обучающихся в процессе создания образовательных продуктов;
- индивидуализацию обучения через возможность самостоятельно ставить цели, осуществлять рефлексию собственной образовательной деятельности.

2) *практико-ориентированный подход*, который предполагает:

- освоение содержания образования через решения практических задач;
- приобретение навыков эффективного выполнения разных видов профессиональной деятельности;
- ориентацию на генерирование идей, реализацию групповых студенческих проектов, развитие предпринимательской культуры;
- использованию процедур, способов оценивания, фиксирующих сформированность профессиональных компетенций.

3) *метод проектного обучения*, который предполагает:

- способ организации учебной деятельности студентов, развивающий актуальные для учебной и профессиональной деятельности навыки

планирования, самоорганизации, сотрудничества и предполагающий создание собственного продукта;

- приобретение навыков для решения исследовательских, творческих, социальных, предпринимательских и коммуникационных задач.

4) **метод учебной дискуссии**, который предполагает участие студентов в целенаправленном обмене мнениями, идеями для предъявления и/или согласования существующих позиций по определенной проблеме. Использование метода обеспечивает появление нового уровня понимания изучаемой темы, применение знаний (теорий, концепций) при решении проблем, определение способов их решения.

5) **методы и приемы развития критического мышления**, которые представляют собой систему, формирующую навыки работы с информацией в процессе чтения и письма; понимания информации как отправного, а не конечного пункта критического мышления.

6) **метод группового обучения**, который представляет собой форму организации учебно-познавательной деятельности обучающихся, предполагающую функционирование разных типов малых групп, работающих как над общими, так и специфическими учебными заданиями.

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Для организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Проблематика интернет-СМИ» следует использовать современные информационные ресурсы для размещения на образовательном портале комплекса учебных и учебно-методических материалов: учебно-программные материалы, методические указания к практическим занятиям, материалы текущего контроля и текущей аттестации, позволяющие определить соответствие учебной деятельности обучающихся требованиям образовательных стандартов высшего образования и учебно-программной документации, в том числе вопросы для подготовки к зачету, задания, список рекомендуемой литературы, информационных ресурсов и др.

Изучение дисциплины студентам необходимо начинать со знакомства с учебно-программными материалами.

Самостоятельная работа студентов предусматривает:

- ознакомление с научной, научно-популярной, учебной, хрестоматийной литературой, первоисточниками, периодическими изданиями,
- написание текстов на социально-экономические, социально-культурные и социально-политическую тему в заданном жанре;
- подготовку исследования, реферата или эссе;
- публикаций СМИ (по выбору студента).

Оценка самостоятельной деятельности студентов производится по десятибалльной шкале либо в зачетных единицах.

**ПРИМЕРНЫЙ СПИСОК ТЕМ РЕФЕРАТОВ И ЭССЕ**  
**РАЗДЕЛ 1**  
**СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА**  
**ИНТЕРНЕТ-СМИ**

1. Роль журналистики в формировании социокультурного пространства столицы
2. Массовая коммуникация как разновидность духовно-практической деятельности
3. Конструирование социокультурного пространства современными СМИ
4. Специфика освещения тенденций развития современной культуры в СМИ.
5. СМИ и межкультурные коммуникации
6. Технологии освещения культурных событий в печатных изданиях, сетевой журналистике
7. СМИ как транслятор функций культуры
8. СМИ – транслятор социальных и культурных концептов массовой культуры
9. Классификация индустрии досуга в СМИ:
10. Место СМИ в системе организации и управления потребительским спросом на вещи и услуги.
11. Тематические доминанты современных СМИ как отражение культурной динамики.
12. Ценностные ориентиры мегаполиса в освещении СМИ.
13. Журналистская деятельность по сохранению культурного наследия.
14. Отражение в СМИ форм карнавализации, применяемых в социокультурном пространстве современного города.
15. П. Бурдые и П. Сорокин о механизме динамики поля культуры.
16. Символический интеракционизм и идентичность: техники презентации и их применение в СМИ
17. Игровая теория Ирвинга Гофмана и ее применение в СМИ
18. Специфика использования методик статистического анализа различными СМИ
19. Жанровая система как отражение методологических особенностей исследования социальной действительности СМИ
20. Авангардное искусство в арт-изданиях.

## РАЗДЕЛ 2

### СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ИНТЕРНЕТ-СМИ

1. Специфика интернет-СМИ экономического профиля.
2. Проблемы экономики в интернет-СМИ (анализ публикаций).
3. Образ современного руководителя в интернет-СМИ.
4. Обеспечение социально-экономической безопасности страны.
5. Роль СМИ в формировании экономической культуры общества.
6. Экономика малого бизнеса (обзор интернет-СМИ).
7. Криминальная экономика в отражении прессы.
8. Социальная защита населения глазами журналистов различных интернет-изданий.
9. Социальная политика как общественная теория и практика.
10. Социально-трудовая сфера — основа социального развития и социальной политики.
11. Социальная трансформация и социальная безопасность.
12. Роль государства в социальной политике.
13. Особенности государства как субъекта социальной политики и его конституционные обязанности в этой сфере.
14. Стратегия и приоритеты социальной политики в Республике Беларусь на современном этапе.
15. Особенности и проблемы реализации региональной социальной политики.
16. Проблема бедности и пути ее решения в интернет-СМИ.
17. Социальная политика как системная социальная технология.
18. Безработица: взгляд журналистов различных интернет-изданий на важную проблему.
19. Проблемы регулирования оплаты труда и пути их решения в современных условиях.
20. Система социального страхования: теория и практика.
21. Экономические и социальные проблемы развития пенсионной системы Республики Беларусь.
22. Состояние безопасности труда в стране и государственная политика в этой сфере.
23. Пути стабилизации и повышения уровня жизни населения Республики Беларусь.
24. Проблемы демографии и политика народонаселения в Беларуси.
25. Государственная политика в сфере образования.
26. Стратегия и приоритеты развития здравоохранения.
27. Современная культурная политика в Беларуси.
28. Государственная политика и стратегия реформирования учреждений физической культуры, спорта и санаторно-курортного дела.
29. Развитие индустрии современного туризма в Беларуси.

30. Стратегия государственной жилищной политики и развитие жилищно-коммунального хозяйства в Республике Беларусь.
31. Финансовое обеспечение реализации социальной политики.
32. Проблемы информационного обеспечения социальной политики.
33. Кадровое обеспечение реализации социальной политики.
34. Социальное партнерство как ключевое направление согласования интересов его субъектов и обеспечения реализации социальной политики.
35. Социальные конфликты и пути их разрешения.
36. Социальная политика и социальная инфраструктура.
37. Зарубежный опыт формирования и реализации социальной политики.
38. Основные социальные группы белорусского общества и отражение их проблем в СМИ.
39. Социально-экономическое положение детей в стране.

#### **РАЗДЕЛ 4**

### **СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ИНТЕРНЕТ-СМИ. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА**

1. Политическая система общества.
2. Общественно-политическая проблематика как социальное явление.
3. Средства массовой информации в политической системе Республики Беларусь.
4. СМИ в политических процессах.
5. Влияние СМИ на формирование общественного мнения.
6. Общественно-политические периодические издания.
7. Роль СМИ в предвыборной президентской компании Республики Беларусь.
8. Читательская аудитория и её влияние на формирование информационной повестки дня.
9. Идеология в политике и СМИ.
10. Политическая реклама и политическое мифотворчество.
11. СМИ как орудие политической борьбы.
12. Антикриминальная проблематика и проблемы освещения деятельности правоохранительных органов в СМИ.
13. Общественно-политическая проблематика и формирование медиа-повестки.
14. Классификация проблем общества – ключ к журналистскому расследованию.
15. Объективно сложившаяся система общественно-политической проблематики.

16. Власть, интернет, общество как субъекты системы медиакоммуникация.

17. Функциональные обязанности субъектов системы медиакоммуникации по отношению к проблематике общества.

18. Принципы и формы взаимодействия власти и СМИ: к вопросу об источниках общественно-политической информации.

19. Цели и задачи общественно-политической кампании в интернет пространстве.

20. Общественно-политический диалог как особый тип информационно-коммуникативных обменов.

21. Профессионализм и этика в сфере ранжирования тематики интернет-сообщений.

22. Индекс тематической репрезентативности как характеристика ценностных ориентаций журналистов.

23. Роль веб-журналистики в реализации государственной информационной политики.

В качестве основного средства диагностики рекомендуется десятибалльная шкала оценки учебных достижений.

## **ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ**

### **РАЗДЕЛ 1**

### **СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА**

### **ИНТЕРНЕТ-СМИ**

1. Культура как специфическое системное образование. СМИ в контексте культуры.

2. Методология современного гуманитарного исследования культуры.

3. Суть процессов глобализации, основные глобалистские теории. Этапы культурной глобализации.

4. Разные взгляды на глобализационные процессы. СМИ в глобализационном процессе.

5. Универсальная модель исторических трансформаций культуры в мировой науке (Н.А. Бердяев, Л.М. Гумилев, Д.С. Лихачев, М. С. Каган,

6. Отечественные теории развития национальной культуры (И. Абдиралович, В. Самойло, Н. Круковский, В. Конан).

7. Журналистика как феномен духовной культуры общества. Трансмедия и конвергенция культуры.

8. СМИ в социокультурной системе современного города: семиотика культурного пространства.

9. Специфика социализирующего воздействия СМИ на личность. Сетевая культура и современность.
10. Массовая коммуникация как разновидность духовно-практической деятельности. Место СМИ в системе МК.
11. Влияние социокультурной динамики на социальную деятельность, журналист как участник социальных процессов.
12. Аспекты освещения социально-культурных проблем. Конструирование социокультурного пространства современными СМИ.
13. Специфика освещения культурных событий в интернет СМИ.
14. Специализированные культурные издания Беларуси. Медиахолдинги.
15. Контент культурной журналистики.
16. Технологии освещения культурных событий в печатных изданиях, на радио, телевидении, в сетевой журналистике.
17. Виды социализации, осуществляемые СМИ при освещении культурных событий:
18. Задачи культурной журналистики и социальной рекламы в продвижения информации о современной культуре и культурных событиях.
19. СМИ как транслятор функций культуры: творческой, познавательной, регулятивной, ценностной, семиотической, смысловой.
20. Информация о культурных событиях на современном медиарынке: коммерческие или творческая слагаемые.
21. Типология социально-культурной проблематики в интернет СМИ.
22. СМИ - транслятор социальных и культурных концептов массовой культуры.
23. Мультимедиа-репортаж как жанр будущего. Возможности мультимедиа-репортажа.
24. Социальные проблемы общества: Защита детства и материнство, образование, здравоохранение, молодежная политика, социально-незащищенные слои населения.
25. Классификация индустрии досуга в интернет СМИ.
26. Система организации и управления потребительским спросом на вещи и услуги. Место интернет СМИ в этом процессе.
27. Жанровая специфика социально-культурной проблематики интернет СМИ.
28. Смещение перспективы, игра (по И. Гофману) как инструмент культурной социализации.
29. Влияние культуры журналиста на установление обратной связи с аудиторией.
30. Ценностные ориентиры современного города в освещении интернет СМИ. Плюрализм субкультур.

31. Новые коммуникативные каналы культурного и информационного пространства: реклама как продукт массовой культуры и элемент ландшафта.
32. Способы отображения социально-культурной проблематики в СМИ.
33. Общественная полемика в СМИ по социально-культурной проблематике как способ формирования социальной активности граждан.
34. Журналистская деятельность по сохранению культурного наследия. Наследие как социокультурный феномен: Работа комиссии «Возвращение» при министерстве культуры
35. Интернет журналистика как популяризатор культурного наследия. Типы культурного наследия и их предметная ценность.
36. Социальный контроль за сохранностью архитектурных памятников, культурных ландшафтов, музеев-заповедников средствами журналистской деятельности.
37. Черты белорусской культуры. Понятие "национального". Государственная политика в области культуры.
38. Формирование моральной и правовой культуры граждан.
39. Трансляция повседневной культуры в СМИ. Повседневность как проявление сути общества.
40. Город и повседневность в Интернет СМИ. Техника создания креативного города.
41. Способы подачи социокультурной проблематики в СМИ.
42. Методология системного анализа социокультурного творчества. Диалог как форма взаимодействия в современных СМИ.
43. П. Бурдые и П. Сорокин о механизме динамики поля культуры. Понятие социальной системы в Т. Парсонса.
44. Социализация и социальная структура как теоретическое обеспечение социологического журналистского анализа духовных процессов начала XXI столетия
45. Социология и программируемое общество: А. Турен. Теория структуризации Э. Гиддэнса, системная теория Н. Лумана, теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса.
46. Специфика использования методик статистического анализа в интернет СМИ.
47. Характеристика статистических показателей на страницах прессы.
48. Жанровая система как отображение методологических особенностей исследования социальной действительности журналистам.
49. Арт-журналистика в структуре культурно-развлекательной сферы общества.
50. Продвижение культурного досуга посредством СМИ. Место арт-журналистики в этом процессе.



51. Формирование концептов массовой культуры и стереотипов поведения в современном социокультурном пространстве.
52. Реклама как способ продвижения творческого продукта.
53. Специфика отображения социокультурной проблематики в арт-журналистике.
54. Авангардное искусство в арт-изданиях. Рубрики арт-изданий.
55. Тематические доминанты арт-журналистики. Здоровье. Креативный город.
56. Особенности воссоздания ценностей массовой культуры.

## **РАЗДЕЛ 2**

### **СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ИНТЕРНЕТ-СМИ**

1. Глобализация: сущность и основные направления.
2. «За» и «против» глобализации. Место Беларуси в процессе глобализации.
3. Отражение процессов глобализации в интернет-СМИ.
4. Основные понятия демографии. Демографические процессы как историческое явление.
5. Современные демографические процессы. Республика Беларусь в мировом демографическом процессе.
6. Отражение демографических проблем в журналистике.
7. Основные понятия миграции. Исторические этапы миграции.
8. Современные миграционные процессы. Миграционные процессы в современной Беларуси.
9. Освещение миграционных проблем в современной журналистике.
10. Основные понятия экологии. Экологическая проблематика в интернет-СМИ.
11. Основные тематические направления экологической журналистики: политико-правовое и социальное, познавательное, эколого-экономическое, нравственно-эстетическое, направление экологической безопасности, направление защиты экологических прав человека.
12. Анализ функций современной экологической журналистики: информационной, образовательной, воспитательной, организаторской, контролирующей, рекреативной.
13. Основные понятия экономики. Экономика Республики Беларусь: прошлое и настоящее.
14. Экономическая информация в структуре белорусской журналистики.
15. У истоков деловой прессы.
16. Отражение экономических проблем в интернет-СМИ.
17. Понятие социальной журналистики.
18. Структура общества как познавательная матрица журналиста.

19. Белорусское общество и социальная цена реформ.
20. Модели, функции и механизмы социальной политики.
21. Исторические типы социальной политики.
22. Социальная проблематика в СМИ: отражение социальных проблем в различных типах интернет-СМИ.
23. Перспективные задачи социальной журналистики.
24. Актуальные проблемы религиозной жизни. Взаимоотношения церкви и государства.
25. Религия и политика. Исламская тема. Межконфессиональные отношения. Деятельность нетрадиционных организаций.
26. Благотворительность как универсальная общечеловеческая ценность.
27. Основные субъекты благотворительной деятельности и их основные характеристики.
28. Корпоративная социальная ответственность и благотворительность: основные отличия.
29. Проблематика благотворительности в СМИ.
30. Анализ противоречивых взглядов общества на благотворительность.
31. Социальная трансформация и положение детей.
32. Государство и общество в борьбе за права детей.
33. «Детская тема» в интернет-СМИ.
34. Журналисты и социальные инициативы (проведение акций, помощь героям публикаций, проведение информационных кампаний и т.д.).
35. Пол и гендер – основные понятия.
36. Гендерный подход: история и современность.
37. История гендерных отношений. Гендерные проблемы в современном контексте.
38. Гендерные проблемы в освещении СМИ.
39. Преступность как социальное явление.
40. Функции СМИ в противостоянии криминалу.
41. Освещение антикриминальной тематики.
42. Формирование общественного правосознания.
43. Наркомания как социальная проблема.
44. Антинаркотическая деятельность СМИ: основные тематические направления.
45. Проблемы эффективности антинаркотических публикаций.
46. Основные проблемно-тематические направления антинаркотических публикаций.
47. Правила ООН при освещении проблемы наркомании: общий обзор.
48. Социальная политика: сущность и общие положения. Социальная политика в отражении СМИ.
49. Субъекты и цели социальной политики.
50. Функции и основные задачи социальной политики.

51. Основные сферы осуществления социальной политики.
52. Понятие бедности, ее масштабы.
53. Понятие бюджета прожиточного минимума.
54. СМИ о бюджете прожиточного минимума.
55. Методы оценки бедности.
56. Опыт и стратегия борьбы с бедностью.
57. СМИ о рынке труда и безработице.
58. Понятие рынка труда, его границы.
59. Инфраструктура рынка труда.
60. Сущность занятости. Политика занятости в Беларуси.
61. Безработица: сущность, понятие, виды.
62. Социально-экономические последствия безработицы.
63. Государственная политика в области охраны окружающей среды.
64. Основные направления работы по реализации государственной экологической политики и их освещение в СМИ: усовершенствование природоохранного законодательства, повышение экологической культуры населения, развитие международного сотрудничества и активное использование зарубежного опыта в решении экологических проблем и т.д.
65. Издания экологического направления и их основная проблематика.
66. Предмет демографии и демографической политики.
67. Взаимосвязь экономического развития и воспроизводства населения.
68. Методы изучения демографических процессов.
69. Политика народонаселения.
70. Демографическая безопасность и влияние СМИ.
71. Модель демографического развития Республики Беларусь.
72. Демографическая безопасность: популяционные и геополитические аспекты.
73. Оценка демографической ситуации в Республике Беларусь с позиции национальной безопасности. Анализ и оценка миграционных процессов в стране.
74. СМИ о туризме.
75. Значение туризма и мотивы путешествий. Социально-экономическое и экологическое воздействие туризма.
76. Государство и туризм. Планирование и политика развития туризма.
77. СМИ о системе социальной защиты населения.
78. Сущность и содержание социальной защиты.
79. Роль и место социальной работы и социальных служб в социальной защите населения.
80. Развитие реабилитационной индустрии в Республике Беларусь.
81. Социально-трудовые отношения как источник конфликтов. Основная классификация конфликтов в социально-трудовой сфере.
82. Объективные предпосылки и условия возникновения социального партнерства.

83. Сущность социального партнерства. Содержание и механизм социального партнерства. Формирование системы социального партнерства в Республике Беларусь.

84. Освещение профсоюзной тематики в СМИ.

85. Модели социальной политики: основные принципы построения.

86. Социальные преобразования в странах Западной Европы, США и Японии.

### **РАЗДЕЛ 3 ГЕОПОЛИТИКА ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭПОХИ**

1. Понятие геополитических отношений
2. Понятие международных отношений
3. Соотношение геополитических и международных отношений.
4. Геополитика как наука и отрасль политической деятельности
5. Определение сущности геополитических отношений.
6. Основное содержание современных геополитических отношений.
7. Международные и геополитические отношения как специфическая часть общественных отношений
8. Географическое измерение международных отношений и геополитика
9. Геополитические отношения как процесс взаимодействия субъектов.
10. Соотношение между политикой и внешней политикой, дипломатией.
11. Материальная основа и движущая сила развития международных отношений
12. Этапы структурно-функционального становления системы геополитических отношений.
13. Субъекты и объекты международных отношений
14. Субъекты и уровни международных отношений
15. Субъекты и объекты геополитических отношений
16. Объективные предпосылки возникновения и развития геополитических отношений
17. Соотношение географии и политики в геополитических отношениях
18. Государство и географическое пространство
19. Государство и национальные интересы
20. Система геополитических отношений и объективный характер ее формирования
21. Классификация субъектов геополитических отношений
22. Критерии субъектности в геополитике
23. Диалектика взаимодействий субъекта и объекта в геополитике
24. Соотношение геополитики и международного права

25. Интерес в геополитике, его составляющие
26. Сила в геополитике
27. Потенциал в геополитике
28. Влияние в геополитических отношениях
29. Баланс сил в системе геополитических отношений
30. Дисбаланс сил в системе геополитических отношений
31. Современные тенденции развития геополитических отношений
32. Международные и геополитические отношения как динамический процесс
33. Возможности анализа и прогнозирования геополитики с позиций теории сложных систем.
34. Динамика, инерция, комплексный подход и системность во внешней политике
35. Современное состояние системы геополитических отношений: структурно-функциональная характеристика
36. Системы и подсистемы международных отношений
37. Распад биполярной системы мира и его последствия
38. Формирование и функционирование монополярной системы мира
39. Трансформация системы международных отношений на рубеже веков
40. Геополитические аспекты проблемы глобальной безопасности в 21 веке
41. Проблема и перспектива перехода к многополярной системе мира
42. Геополитические интересы и геополитические амбиции
43. Геополитические предпосылки и факторы современной внешней политики Республики Беларусь.
44. Геополитические перспективы белорусского государства
45. Геополитика и международная интеграция
46. Роль идеологии и информации в геополитике
47. Современные геополитические теории и школы зарубежных стран.
48. Общемировые проблемы в системе современных геополитических отношений.
49. Типы геополитики
50. Регионализм
51. Геополитика в системе ценностей и идеологий.
52. Прикладная геополитика (геостратегия).
53. Геоэкономический подход.
54. Глобализация и геополитика.
55. Вызовы глобализации и их влияние на изменение геополитической ситуации.
56. Геополитические последствия распада СССР для Беларуси. Провозглашение суверенитета Республики Беларусь.

57. Состояние и перспективы геополитического развития СНГ.
58. Интеграционная проблематика в геополитике.
59. Надгосударственные акторы в системе современных геополитических отношений.
60. Республика Беларусь и ООН.
61. Социально-политические методы взаимодействия с органами управления и СМИ.
62. Обобщение информации, выявление тенденций и закономерностей в социально-политических явлениях.
63. Криминальная тема: погоня за сенсацией или аналитический подход?
64. Роль прессы в создании имиджей.
65. Влияние коммуникационных технологий на социум. Сущность информационного общества. Феномен медиатизации.
66. Патогенное влияние информационной среды – психологические эффекты: манипуляции, пропаганда, гиперреклама, насилие и порнография.
67. Патогенное влияние информационной среды – социокультурные эффекты: конструирование реальности, информационные войны, переписывание истории.
68. Патогенное влияние информационной среды – социокультурные эффекты: «индустрия культуры». Массмедиа как главный инструмент создания «общества потребления».
69. «Новые медиа» – инструмент гражданского общества. Отличие от традиционных СМИ (массмедиа). Типы «новых медиа» и их место в работе журналиста.
70. Интернет как медиа. Всемирная сеть и геополитика. Виртуальная реальность и ее особенности.
71. Блоги и блогосфера. Психологический портрет блогера. Навыки успешного ведения блога.
72. Основные сценарии развития СМИ и СМК (гибель газет и традиционных медиа, появление Web 3.0, “смерть журналистики” и торжество блогов). Достоинства и недостатки этих теорий. Новейшие технические средства коммуникации и журналистика. Новые подходы в работе с информацией.
73. Понятие информационных технологий.
74. Медиафера и PR-технологии

#### **РАЗДЕЛ 4**

### **СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ИНТЕРНЕТ-СМИ**

1. Основные характеристики и определения понятий «проблема», «проблематика», «общественно-политическая проблема», «общественно-политическая проблематика»
2. Проблемы журналистики в зеркале СМИ

3. Понятие и структура политической коммуникации. СМИ: структура и проблема функционирования в современном политическом процессе
4. Политическая коммуникация, общественное мнение, политика и власть
5. Глобализация и защита национальных интересов Беларуси в средствах массовой информации
6. Информационные войны: понятие и сущность
7. Проблемы усвоения общественно-политической информации.
8. Теория повестки дня
9. Пропаганда и манипуляция общественным мнением
10. Цели и задачи интернет-изданий в освещении общественно-политической кампании
11. Основные этапы подготовки и проведения политических кампаний
12. Проблемная ситуация, конфликт: участие журналистов в их разрешении
13. Сбор материалов оценочного характера (сопоставление различных точек зрения на проблему)
14. Политические функции СМИ. Общественное мнение и СМИ
15. Политическая пропаганда: сущность, функции, пропагандистские информационные технологии
16. Политическая агитация: сущность, функции, агитационные технологии
17. Современные технические и технологические средства политических коммуникаций. Интернет в политическом пространстве
18. Политические решения и их роль в общественном развитии
19. Внешняя политика государства: понятие, функции, средства
20. Основные направления внешней политики Республики Беларусь
21. Проблемы политического развития Беларуси: шкала оценок интернет-СМИ
22. Сущность и содержание информационно-аналитической деятельности
23. Сочетание рассуждений и изложения некомментируемых фактов. Факт как способ убеждения. Проблемы усвоения общественно-политической информации.
24. Виды и типы информации. Служебная и публичная информация: проблемы обеспечения адекватности в журналистском материале
25. Источники общественно-политической информации
26. Политика и интернет: теоретические модели взаимодействия и практика белорусских интернет-СМИ
27. Информационные войны и их последствия
28. Форма существования и выражения противоречия между необходимостью определенных общественных действий и недостаточностью

условий для их осуществления

29. Совокупность проблем общества
30. Критерии классификации общественно-политических проблем
31. СМИ как посредник в диалоге демократического государства и общества
32. Роль СМИ в процессе принятия государственных решений (подготавливающая, оповещающая и регулирующая)
33. Избранные и назначенные должностные лица в прессе.
34. Проблемы взаимоотношения СМИ со структурами гражданского общества.
35. Политический эффект предвзятости СМИ.
36. Позиция журналиста. Журналист – имиджмейкер. Журналист на поводу у имиджмейкера.



## ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей программу (дата, № прот.)
Журналистское мастерство	Кафедра периодической печати и веб-журналистики	Предложений нет	Замечаний нет протокол № 9 от 16.06.2020

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ  
УВО**

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры периодической печати и веб-журналистики (протокол № \_\_ от 30 июня 2020 г.)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ С.В. Харитонова

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

кандидат филологических наук, доцент \_\_\_\_\_ С.М. Самусевич