

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования
«Уральский государственный университет им. А.М. Горького»

ИОНЦ «Информационная безопасность»

факультет журналистики

кафедра русского языка и стилистики

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС

«Дискурсивные практики СМИ и проблемы
информационной безопасности»

Программа дисциплины

Автор: зав. кафедрой русского языка
и стилистики
Чепкина Э.В.

Екатеринбург
2008

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Уральский государственный университет им. А.М. Горького»

факультет журналистики

кафедра русского языка и стилистики

Дискурсивные практики СМИ и проблемы информационной безопасности

Программа дисциплины

Подпись руководителя ИОНЦ

Дата

Екатеринбург

2008

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель

ИОНЦ

« _____ »

(подпись)

(дата)

Программа дисциплины «Дискурсивные практики СМИ и проблемы информационной безопасности» составлена в соответствии с требованиями национально-регионального (вузовского) компонента к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки:

дипломированного специалиста по специальности 021400 «Журналистика» по циклу «ОПД ГОС ВПО второго поколения» государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования.

Семестр VII

Общая трудоемкость дисциплины 72 часа, в том числе:

Лекций 32

Контрольные мероприятия:

Коллоквиумы 1

Контрольные работы 2

Практические задания 14

Автор (составитель, разработчик)

Чепкина Элина Владимировна, доктор филологических наук, доцент,
заведующая кафедрой русского языка и стилистики Уральского
государственного университета

Рекомендовано к печати протоколом заседания

Экспертно-конкурсной комиссии ИОНЦ

« _____ »

от _____ № _____.

(дата)

Согласовано:

Зав.кафедрой русского языка и стилистики

_____ / Чепкина Э.В. /
(подпись) Ф.И.О.

«30» июня 2008г.

(дата)

© Уральский государственный университет

© Э.В.Чепкина, 2008

I. Введение

1. Цель дисциплины

- ознакомление студентов с понятием информационной безопасности применительно к сфере СМИ, с методологией и методикой анализа дискурсивных практик журналистики и рекламы в контексте проблем информационной безопасности, актуальных для современного российского общества.

2. Задачи дисциплины

передача студентам знаний об информационной безопасности применительно к сфере СМИ, о дискурсивных практиках журналистики и рекламы в свете актуальных проблем информационной безопасности;

закрепление у студентов навыков по методике анализа реализации различных дискурсивных практик журналистов в контексте заботы об информационной безопасности аудитории;

ориентирование студентов в актуальных проблемах реализации принципов информационной безопасности в дискурсивных практиках журналистов и специалистов по рекламе.

3. Место дисциплины в системе высшего профессионального образования (какие дисциплины используются в качестве основы для данной и для каких используется данная дисциплина)

Дисциплина «Дискурсивные практики СМИ и проблемы информационной безопасности» изучается на основе знаний и навыков, приобретенных студентами в ходе изучения дисциплин «Основы журналистики», «Основы рекламы», «Современный русский литературный язык», «Практическая стилистика».

Дисциплина «Дискурсивные практики СМИ и проблемы информационной безопасности» может служить основой для дальнейшего изучения «Практической стилистики», изучения «Литературного редактирования», дисциплин профессиональной специализации в VII – IX семестрах.

4. Требования к уровню освоения содержания курса (приобретаемые компетенции, знания, умения, навыки)

В ходе освоения курса студентам, помимо лекционного материала, предлагаются материалы хрестоматии для непосредственного ознакомления с рекомендованной литературой и углубленного изучения предмета.

Курс можно считать освоенным, если студент имеет системное представление об информационной безопасности применительно к сфере СМИ, о закономерностях реализации дискурсивных практик журналистики и рекламы с учетом принципов информационной безопасности для аудитории.

5. Методическая новизна курса (новые методики, формы работы, авторские приемы в преподавании курса)

Курс является оригинальной авторской разработкой. Впервые предложена методология и развернутая методика анализа дискурсивных практик журналистики и рекламы в контексте проблем информационной безопасности в СМИ, сочетающая приемы концептуально-содержательного и лингвистического анализа журналистских и рекламных текстов.

II. Содержание курса

1. Разделы курса, темы, их краткое содержание

РАЗДЕЛ 1

Теоретические основания анализа проблем информационной безопасности в СМИ.

Тема 1. Понятие информационной безопасности. Информационная безопасность в сфере СМИ. Основные подходы к анализу дискурсивных практик журналистики и рекламы в контексте проблем информационной безопасности. 4 ч.

Понятие информационной безопасности. Основные риски и угрозы для безопасности человека в глобальном мире. «Доктрина информационной безопасности». Концепция информационной открытости и проблемы информационной безопасности применительно к сфере СМИ.

Тема 2. Специфика журналистского дискурса. Дискурсивные практики журналистики в контексте проблем информационной безопасности. 4 ч.

Понятие журналистского дискурса. Дискурсивные практики конструирования объектов, функционирования концептов, формирования позиций коммуникантов в СМИ: методика анализа. Актуальные проблемы информационной безопасности в реализации каждой группы дискурсивных практик.

Тема 3. Лингво-правовой аспект информационной безопасности в сфере СМИ: международный и российский опыт. 4ч.

Основные положения Доктрины информационной безопасности, Закона о СМИ, Закона о рекламе, соотносящиеся с соблюдением принципов информационной безопасности в практиках журналистов. Этические документы журналистского сообщества об актуальных проблемах, связанных

с информационной безопасностью. Практика Европейского суда по правам человека в отношении спорных публикаций в СМИ.

РАЗДЕЛ 2

Актуальные проблемы информационной безопасности в российских СМИ

Тема 4. Практики освещения в СМИ деятельности органов государственной власти в контексте проблем информационной безопасности. 2ч.

Взаимодействие органов власти и СМИ. Проблемы доступа к информации, источников информации. Отбор и интерпретация фактов. Проблемы освещения деятельности парламента, органов исполнительной и судебной власти в контексте информационной безопасности для аудитории.

Тема 5. Практики конструирования персонажей в СМИ: аспект информационной безопасности. 4 ч.

Методика анализа персонажей в журналистском тексте. Образ политика и проблемы манипулятивного воздействия на аудиторию. Противоречивость реализации практик создания достоверности в текстах на темы частной жизни. Проблемы информационной безопасности героя журналистского текста. Языковые приемы воздействия на адресата.

Тема 6. Практики функционирования концептов в текстах СМИ.

Проблема распространения негативных социальных стереотипов. 2 ч.

Специфика концептуализации в дискурсе СМИ. Негативные социальные стереотипы и проблемы информационной безопасности. Анализ механизмов функционирования негативного стереотипа в СМИ. Средства языковой репрезентации стереотипов «богатый человек», «бедный человек», «неполная семья».

Тема 7. Интеллектуализация и деинтеллектуализация журналистских программ на телевидении. 4 ч.

Факторы информационной безопасности телевизионной аудитории. Понятие «зрелой личности». «Стойкое мышление» как фактор индивидуального противостояния манипулированию. Роль СМИ в формировании «стойкого мышления».

Тема 8. Практики конструирования позиций коммуникантов дискурса СМИ в контексте информационной безопасности. 2 ч.

Основные роли коммуникантов в дискурсе СМИ. Типичные риски и угрозы для журналистов и аудитории в контексте проблем информационной безопасности.

Тема 9. Дискурсивные практики современной российской рекламы и практики «продакт плейсмент» в журналистских текстах: проблема информационной безопасности аудитории. 6 ч.

Специфика рекламного дискурса. Ненадлежащая реклама как угроза информационной безопасности потребителей. Прямая и косвенная рекламная коммуникация. Практики косвенного воздействия на аудиторию с точки зрения информационной безопасности.

Практики «продакт плейсмент» в журналистских текстах: достоинства и риски. Проблема медиаобразования аудитории применительно к восприятию рекламных текстов.

2. **Тема коллоквиума:** Актуальные проблемы реализации принципов информационной безопасности в российских СМИ.
3. **Примерный перечень вопросов к зачету.**

1. Понятие информационной безопасности. Информационная безопасность в сфере СМИ.
2. Основные подходы к анализу дискурсивных практик журналистики и рекламы в контексте проблем информационной безопасности.
3. «Доктрина информационной безопасности». Основные риски и угрозы для безопасности человека в глобальном мире.
4. Концепция информационной открытости и проблемы информационной безопасности применительно к сфере СМИ.
5. Специфика журналистского дискурса. Дискурсивные практики журналистики в контексте проблем информационной безопасности.
6. Лингво-правовой аспект информационной безопасности в сфере СМИ: международный и российский опыт.
7. Этические документы журналистского сообщества об актуальных проблемах, связанных с информационной безопасностью.
8. Практика Европейского суда по правам человека в отношении спорных публикаций в СМИ (аспект информационной безопасности).
9. Практики освещения в СМИ деятельности органов государственной власти в контексте проблем информационной безопасности для аудитории.
10. Практики конструирования персонажей в СМИ: аспект информационной безопасности.
11. Проблемы информационной безопасности героя журналистского текста.
12. Проблема распространения негативных социальных стереотипов в дискурсе СМИ и проблемы информационной безопасности.
13. Механизмы функционирования негативного стереотипа в СМИ. Средства языковой репрезентации стереотипов.
14. Факторы информационной безопасности телевизионной аудитории. «Стойкое мышление» как фактор индивидуального противостояния манипулированию. Роль СМИ в формировании «стойкого мышления».

15. Практики интеллектуализации и деинтеллектуализации журналистских программ на телевидении.

16. Практики конструирования позиций коммуникантов дискурса СМИ в контексте информационной безопасности.

17. Дискурсивные практики современной российской рекламы.

Ненадлежащая реклама как угроза информационной безопасности потребителей.

18. Практики «продакт плейсмент» в журналистских текстах: проблема информационной безопасности аудитории.

III. Распределение часов курса по темам и видам работ

№ п/ п	Наименование разделов и тем	ВСЕГ О (часов)	Аудиторные занятия (час)		Самостоятель ная работа
			в том числе		
			Лекции	Практическ ие (семинары, лабораторн ые работы)	
1.	Понятие информационной безопасности. Информационная безопасность в сфере СМИ. Основные подходы к анализу дискурсивных практик журналистики и	4	4		

	рекламы в контексте проблем информационной безопасности.				
2.	Специфика журналистского дискурса. Дискурсивные практики журналистики в контексте проблем информационной безопасности.	4	4		
3.	Лингво-правовой аспект информационной безопасности в сфере СМИ: международный и российский опыт.	4	4		
4.	Практики освещения в СМИ деятельности органов государственной власти в контексте проблем информационной безопасности.	2	2		
5.	Практики конструирования	4	4		

	персонажей в СМИ: аспект информационной безопасности.				
6.	Практики функционирования концептов в текстах СМИ. Проблема распространения негативных социальных стереотипов.	2	2		
7.	Интеллектуализация и деинтеллектуализаци я журналистских программ на телевидении.	4	4		
8.	Практики конструирования позиций коммуникантов дискурса СМИ в контексте информационной безопасности.	2	2		
9.	Дискурсивные практики современной русской рекламы	6	6		

	и практики «продакт плейсмент» в журналистских текстах: проблема информационной безопасности аудитории.				
	ИТОГО:	32	32		

IV. Форма итогового контроля

зачет

V. Учебно-методическое обеспечение курса

1. Основная рекомендуемая литература

1. Материалы электронного учебно-методического комплекса
«Дискурсивные практики СМИ и проблемы информационной
безопасности». Екатеринбург: УрГУ. 2008.

2. Бурдые П. О телевидении и журналистике. М., 2000
3. Информационная и психологическая безопасность в СМИ: В 2-х т. Т.1: Телевизионные и рекламные коммуникации. М., 2002
4. Местное телевидение, власть, население: информационная открытость как основа социального партнерства. М.: Комиссия по свободе доступа к информации, 2001.
5. Михайлова О. А., Старикова К. К проблеме формирования стереотипа в массовом сознании // Научные труды профессоров Уральского института экономики, управления и права. – Издательство УрГУ. Екатеринбург, 2006. – С. 51-67.
6. Поляков Ю.А. Информационная безопасность и средства массовой информации. М., 2004
7. Пронин Е.И., Пронина Е.Е., Информационная безопасность: медиатерапия против политехнологий // Профессиональная культура журналиста как фактор информационной безопасности, Екатеринбург, 2008.
8. Судебная практика Европейского Суда по правам человека по статье 10 Европейской Конвенции. СПб., Т.3, 2004

2. Рекомендуемая литература (дополнительная)

9. Батынская Н.Р., Миронов Ю.В. Функционирование СМИ как субъекта политики в условиях новой России // Судьба России. Вектор перемен, М., 2007. – 544 с.
10. Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов. Екатеринбург: УрО РАН, 1999.

11. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М., 2000.
12. Ермаков Ю.А. Манипуляция личностью: смысл, приемы, последствия. Екатеринбург, 1995.
13. Жуков И.В. Война в дискурсе современной прессы // teneta.rinet.ru/rus/ii/iliazhukov_war.htm
14. Козлова О.Н. Гендерные роли в репродукции социальной жизни // Социально-гуманитарные знания. 2004. № 3.
15. Лозовский Б.Н. «Журналистика: краткий словарь», Екатеринбург, 2004.
16. Лозовский Б.Н. «Четвертая власть» и общество: на тернистом пути к согласию. Екатеринбург: изд-во Урал. ун-та. 2001.
17. Луман Н. Реальность массмедиа. М., 2005
18. О рекламе. Федеральный закон РФ от 13 марта 2006 г. – Екатеринбург, 2006.
19. Панарин И.Н. Информационная война и выборы. М., 2003
20. Панарин И.Н. Технология информационной войны. М., 2003
21. Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики. М., 2002
22. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб., 2002.
23. Чепкина Э.В. Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995 — 2000). Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2000. — 279с.
24. «Язык вражды» и свобода слова: Межэтническое и межконфессиональное в российских СМИ как проблемное поле / Профессиональная этика журналиста; Рабочие материалы. В 2-х частях. Под редакцией Ю.В.Казакова. М.: Галерея, 2003.