

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)

УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности

Иванфилов

« 11 » _____ 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
АУДИОВИЗУАЛЬНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ МАТЕРИАЛОВ СМИ
(наименование дисциплины)

Направление подготовки: 42.03.02 «Журналистика»

Профиль/программа подготовки: «Журналистика»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточной аттестации (экзамен/зачет/зачет с оценкой)
3	4/144	18	18		81	Экзамен/27
Итого	4/144	18	18		81	Экзамен/27

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: рассмотреть современную систему аудиовизуальных СМИ.

Задачи освоения содержания дисциплины:

- показать их роль в создании информационного общества;
- раскрыть сущность профессионального долга работников радио и телевидения.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Аудиовизуальное сопровождение материалов СМИ относится к вариативной части учебного плана». Пререквизиты дисциплины: «Введение в специальность. Система СМИ», «Техника и технология СМИ».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<i>частичное</i>	Знать: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Уметь: профессионально использовать достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Владеть: навыками применения полученных знаний в журналистской профессии, организации основных этапов производства медиатекста, его обработки и трансформации в зависимости от требований СМИ разного типа.
ПК-2 Получает информацию в ходе профессионально общения с героями, свидетелями, экспертами и фиксирует полученные сведения	<i>частичное</i>	Знать: методики, методы и приемы межличностной коммуникации. Уметь: фиксировать полученные сведения с помощью современных аудиовизуальных технических средств. Владеть: методологией и методикой работы журналиста как организатора производства и распространения медиатекстов, рекламных и PR-текстов.
ПК-5 Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта	<i>частичное</i>	Знать: основные закономерности и особенности творческой деятельности. Уметь: учитывать и применять мировой и отечественный журналистский опыт. Владеть: навыками творческой журналистской работы, методологией научно-исследовательской работы в области изучения СМИ.

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС		
1	Российские средства массовой информации (печатные издания, радио, телевидение). Особенности современных аудиовизуальных СМИ.	3	1-2	2	2		9	2/50%	
2	Процесс конвергенции СМИ. Информационная и социальная роль мультимедийной журналистики.	3	3-4	2	2		9	2/50%	
3	Технология создания мультимедийного СМИ	3	5-6	2	2		9	2/50%	Рейтинг-контроль № 1
4	Роль интернет-СМИ в процессе глобализации информационно-коммуникативного пространства	3	7-8	2	2		9	2/50%	
5	Новые жанры и формы вещания	3	9-10	2	2		9	2/50%	
6	Редактирование радио- и телепередач: специфика структуры радио- и телепередач.	3	11-12	2	2		9	2/50%	Рейтинг-контроль № 2
7	Принципы подготовки текста для аудирования: содержательно-фактический, функционально-стилистический, нормативный аспекты редактирования.	3	13-14	2	2		9	2/50%	
8	Редактирование рекламы: редактирование композиции и содержания с учетом функций рекламного текста.	3	15-16	2	2		9	2/50%	
9	Новые информационные технологии в будущей профессиональной деятельности.	3	17-18	2	2		9	2/50%	Рейтинг-контроль № 3
Всего за 3 семестр:			18	18	18		81	18/50%	
Наличие в дисциплине КП/КР									
Итого по дисциплине				18	18		81	18/50%	Экзамен/27

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Российские средства массовой информации (печатные издания, радио, телевидение). Особенности современных аудиовизуальных СМИ.

Понятия массовой информации и массовой аудитории. Понятие средств массовой коммуникации - СМК. Система журналистики и критерии ее сформированности. Современные аудиовизуальные СМИ. Визуальный контент как вся визуальная информация, которая сопровождает текст: фотографии, рисунки, схемы, видеоролики, графический дизайн, логотипы и т. п. Визуализация информации как медиатренд современности, проявление ее практически во всех видах СМИ - новостных, культурно-просветительских, спортивных и т. д. Аудиовизуальный характер

потребления информации аудиторией массмедиа. Доминирование визуализации информации как закономерный продукт развития человеческой коммуникативной культуры.

Тема 2. Процесс конвергенции СМИ. Информационная и социальная роль мультимедийной журналистики.

Понятия «мультимедиаизация», ее содержание. Природа мультимедиа и новые принципы донесения информации. История возникновения мультимедиа. «Медиа» как «способ коммуникации», то есть процесс передачи информации. Книги, кино, музыка как виды медиа. Пять способов коммуникации: жест, речь, изображение, музыка, письменность. Мультимедийность медиа и прогресс компьютерной техники, компьютерных носителей и компьютерных сетей как способа трансляции. Конвергенция как «стирание границ между медиа как средствами обоюдной коммуникации, такими как телефон, почта, телеграф и как средствами массовой коммуникации, такими как пресса, радио и телевидение». Шесть интерпретаций термина «конвергенция» по Андерсу Фагерйорду и Танья Сторсулу. Язык мультимедиа, его специфика и методы. Особенности мультимедиаатекста. Интерактивное медиа. Классификация различных моделей чтения мультимедийного продукта. Увеличение перформативности (действенности) информации, ее коммуникативного эффекта, лучшее усвоение, запоминание понимание информации посредством мультимедиа.

Тема 3. Технология создания мультимедийного СМИ.

Мультимедиаатекст как возможность предоставить реципиенту свободу выбора различных элементов, сред для ознакомления с информацией, более удобного заглядывания вперед, возможность отвлекаться, расплывать смысл и т.д. Мультимедийный язык как интерактивный. Интерактивное медиа – это медиа, которое человек создает как бы самостоятельно на основе бесчисленного предложенного количества вариантов. Если аудиовизуальное изображение в кино и телевидении представляет собой «картинку-действие», то мультимедийное изображение заставляет пользователя самостоятельно определять свои перемещения и свою логику получения информации. Классификация различных моделей чтения мультимедийного продукта: *сцене трансляции* – линейная передача информации, которая не предоставляет потребителю иных возможностей влиять на потребление этой информации, кроме как остановить просмотр. Наиболее характерный вид – телевидение и кино; чтение (например, записанное на кассету видео или печатный текст); *справочная консультация*, которая предлагает модель выборочного чтения ячеек памяти путем доступа к ним на основе формальной организации информации; навигация, изучение, виртуальный визит.

Тема 4. Роль интернет-СМИ в процессе глобализации информационно-коммуникативного пространства.

Средства массовой информации как составная часть средств массовой коммуникации, степень их взаимосвязи с понятием "глобализации". Проявления глобализационных процессов в разных сферах жизни человека и общества, их отражение в периодических изданиях. Два подхода в определении глобализации СМИ. Проявления глобализации в СМИ: однотипная реклама в журналах разных стран и на разных языках, одинаковые телешоу, идущие хотя и на разных языках, но показывающие одинаково оформленные студии и похожих ведущих, мгновенный доступ к новостям из любой точки Земного шара, те же самые новости на разных телеканалах, музыка и кино, общие во всех странах. Масс-медиа как сфера, подверженная воздействию процессов глобализации, - как «агент глобализации», и как основная движущая сила глобализации. Существенные перемены в традиционных СМИ - в печати, радио, телевидении, интернете, в доступе к ним, в способах доставки и, естественно, в содержании.

Тема 5. Новые жанры и формы вещания.

Мультимедийная заметка как наличие двух условий: должна состоять из разных элементов информации и отображаться на такой технологической платформе, которая делает просмотр каждого из этих элементов доступным. Статичная иллюстрация – классическая иллюстрация в мультимедийной истории. Фотоленты, фоторепортажи, фотогалереи – производные рассказа о событии с помощью фотографий. Слайд-шоу. Анимационная карикатура. Подкаст как звуковой файл, передача, законченный сюжет. Подкастом называется либо отдельный файл, либо регулярно обновляемая серия таких файлов. Аудиоиллюстрация как фрагмент аудиозаписи, относящийся к

определенной части текста. Аудиоверсия текста – начитанный диктором или электронным диктором текст сообщения. Аудиосюжет. Видеоиллюстрация. Видеосюжет как законченное видеосообщение, имеющее свою завязку, кульминацию и развязку. Поток видео с места событий. Видеоклонка, видеоочерк, видеокомментарий. Синтетические жанры (аудиослайд-шоу, интерактивная видеоклонка, интерактивный видеосюжет, интерактивный видеомост, мультимедийное ток-шоу). Инфографика.

Тема 6. Редактирование радио- и телепередач: специфика структуры радио- и телепередач.

Сфера деятельности телевизионного редактора: текстовый материал, видеоряд, необходимое сочетание слова и изображения. Необходимость знания основ телережиссуры и технических возможностей радио и телевидения. Критерии редакторской правки, их различие в зависимости от жанра передачи. Профессиональные требования к деятельности редактора на радио и телевидении. Редактирование многокомпонентных прямых передач с большим числом участников. Подготовка таких передач на основе сценариев, которые, как правило, допускают сочетание заготовок и импровизации. Процесс редактирования, основные этапы. Приглашение автора к активному участию в процессе подготовки телевизионной передачи. Редактор как организатор всех этапов производства передачи. Особенность редактирования на телевидении - нередкое совмещение в одном лице автора и редактора передачи. Редактирование телепередачи как творческий процесс. Общие правила деятельности редактора. Специфика работы редактора при редактировании разговорных жанров. Степень и качество подготовки к интервью, требования к интервью. Передачи дискуссионного характера, их специфика. Аспект зрительской аудитории. Сюжетно-композиционное решение будущей телепередачи. Умение принимать решения как главное в работе редактора. Выбор стратегии программы.

Тема 7. Принципы подготовки текста для аудирования: содержательно-фактический, функционально-стилистический, нормативный аспекты редактирования.

Требования к тексту. Необходимость редактирования. Схемы создания газетного произведения и источники нарушений требований к тексту. Виды редактирования (политическое, научное, литературное). Этические аспекты работы редактора. Специфика отношений редактор - текст, автор - редактор. Деятельность редактора в пределах существующих гражданско-правовых и уголовно-правовых норм, а также норм, закрепленных в авторском праве. Редакторский анализ текста. Виды редакторского чтения (ознакомительное, углубленное, шлифовочное). Виды правок (вычитка, обработка, сокращение, переделка). Задачи и условия правки. Основания для выбора правки. Операции правки. Смысловая структура текста и ее редактирование. Методика выделения в тексте основной мысли, основных элементов общего содержания (система установочных и развивающих тезисов, аналитическая оценка ситуации). Второстепенные элементы общего содержания (система иллюстраций к установочным и развивающим тезисам, общий фон к цели сообщения). Дефекты в смысловой структуре и их устранение. Редактирование композиции (сильные позиции текста, размещение содержательно-смысловых элементов текста). Редактирование функционально-смысловых типов речи. Описание, его типы, дефекты в описании и их устранение. Повествование, его типы, дефекты в повествовании и их устранение. Вопрос, его типы, дефекты в построении вопросительной реплики и их устранение. Литературное редактирование

Тема 8. Редактирование рекламы: редактирование композиции и содержания с учетом функций рекламного текста.

Использование в рекламной литературе разнообразных принципов построения и языково-стилистических приемов, нередкое повторение или имитация особенностей художественного или научно-популярного произведения, информационного или аналитического жанра. Собственные композиционные элементы, отражающие специфику целей рекламы и используемые для их достижения методы воздействия. Слоганы (от англ. *slogan* — лозунг, призыв, девиз), эхо-фразы, контактная информация. Особенности структуры рекламных текстов. Необходимость знаний о риторическом требовании трехчастной композиции, т.е. о том, что она должна состоять из введения, основной части и заключения. Требования соразмерности как ко всему тексту, так и к введению и заключению. Требования логичности структуры рекламы. Связанность между собой структурных

единиц текста смысловыми, структурно-логическими отношениями. Появление в объемных жанрах внешних структурных элементов, отражающих логику построения. Особое значение рубрик, или подзаголовков. Виды рубрик, их значение и возможности. Композиционная роль абзацев. Одна из серьезных проблем рубрикации - создание словесной формы тематических рубрик. Заглавие как важнейшая часть композиции произведения.

Тема 9. Новые информационные технологии в будущей профессиональной деятельности.

Компьютер как универсальное техническое средство обработки любой информации, который играет роль усилителя интеллектуальных возможностей человека и общества в целом, а коммуникационные средства, использующие компьютеры, служат для связи и передачи информации. Информатизация на базе внедрения компьютерных и телекоммуникационных технологий. Компьютеры как средства создания и анализа информации, которую затем переносят на привычные носители. Интернет как беспрецедентный способ получения информации. Интернет как обеспечение уникальной свободы самовыражения личности и информации. Технология Web и ее возможности. Информационная технология управления. Ее цель как технологии управления: удовлетворение информационных потребностей всех без исключения сотрудников фирмы, имеющих дело с принятием решений.

Содержание практических занятий по дисциплине

Практическое занятие № 1

Российские средства массовой информации (печатные издания, радио, телевидение).

Особенности современных аудиовизуальных СМИ

Доклады и сообщения

1. Массовой информации и массовой аудитории: основные определения и аспекты понятий.
2. Средства массовой коммуникации: определения, сущность, виды, функции.
3. Система журналистики и критерии ее сформированности.
4. Система современных аудиовизуальных СМИ. Компоненты структуры, их основная специфика.
5. Визуальный контент: фотографии, рисунки, схемы, видеоролики, графический дизайн, логотипы и т. п. Характеристика видов визуального контента.
6. Визуализация информации как медиатренд современности.

Практическое занятие № 2

Процесс конвергенции СМИ. Информационная и социальная роль мультимедийной журналистики

Доклады и сообщения

1. Понятия «мультимедиа», ее содержание. Природа мультимедиа и новые принципы донесения информации.
2. История возникновения и становления мультимедиа.
3. Специфика видов медиа.
4. Мультимедийность медиа. Мультимедиа и прогресс компьютерной техники.
5. Конвергенция: определения и сущность понятия.
6. Язык мультимедиа, его специфика и методы. Особенности мультимедиа-текста.
7. Классификация различных моделей чтения мультимедийного продукта.

Практическое занятие № 3

Технология создания мультимедийного СМИ

Доклады и сообщения

1. Мультимедиа-текст, его задачи и специфика.

2. Интерактивное медиа. Мультимедийный язык как интерактивный.
3. Классификация различных моделей чтения мультимедийного продукта.
4. Особенности телевидения.
5. Особенности кино.
6. Способы формальной организации информации: навигация, изучение, виртуальный визит.

Практическое занятие № 4
Роль интернет-СМИ в процессе глобализации информационно-коммуникативного пространства
 Доклады и сообщения

1. Средства массовой информации как составная часть средств массовой коммуникации и глобализация.
2. Глобализационные процессы в разных сферах жизни человека и общества и их отражение в периодических изданиях.
3. Проявления глобализации в СМИ
4. Масс-медиа как сфера, подверженная воздействию процессов глобализации.

Практическое занятие № 5
Новые жанры и формы вещания
 Доклады и сообщения

1. Мультимедийная заметка, ее особенности.
2. Статичная иллюстрация, фотоленты, фоторепортажи, фотогалереи.
3. Слайд-шоу. Анимационная карикатура.
4. Подкаст как звуковой файл, передача, законченный сюжет.
5. Статичная иллюстрация, аудиоиллюстрация, видеоиллюстрация.
6. Аудиоверсия текста и аудиосюжет.
7. Видеосюжет как законченное видеосообщение.
8. Потокное видео с места событий.
9. Видеоколонка, видеоочерк, видеокomentarий.
10. Синтетические жанры (аудиослайд-шоу, интерактивная видеоколонка, интерактивный видеосюжет, интерактивный видеомост, мультимедийное ток-шоу).
11. Инфографика: цели, задачи, функции.

Практическое занятие № 6
Редактирование радио- и телепередач: специфика структуры радио- и телепередач
 Доклады и сообщения

1. Сфера деятельности и требования к работе телевизионного редактора.
2. Критерии редакторской правки, их различие в зависимости от жанра передачи.
3. Профессиональные требования к деятельности редактора на радио и телевидении.
4. Подготовка и редактирование многокомпонентных прямых передач с большим числом участников.
5. Редактирование телепередачи как творческий процесс. Общие правила деятельности редактора.
6. Специфика работы редактора при редактировании разговорных жанров. Степень и качество подготовки к интервью, требования к интервью.
7. Передачи дискуссионного характера, их специфика. Аспект зрительской аудитории.
8. Сюжетно-композиционное решение будущей телепередачи. Умение принимать решения как главное в работе редактора. Выбор стратегии программы.

Практическое занятие № 7

Принципы подготовки текста для аудирования: содержательно–фактический, функционально–стилистический, нормативный аспекты редактирования Доклады и сообщения

1. Схемы создания газетного произведения и источники нарушений требований к тексту.
2. Виды редактирования (политическое, научное, литературное).
3. Этико-правовые аспекты работы редактора.
4. Редакторский анализ текста. Виды редакторского чтения и редакторских правок.
5. Смысловая структура текста и ее редактирование
6. Редактирование композиции.
7. Редактирование функционально-смысловых типов речи.

Практическое занятие № 8

Редактирование рекламы: редактирование композиции и содержания с учетом функций рекламного текста Доклады и сообщения

1. Принципы построения и языково-стилистические приемы в рекламной литературе.
2. Собственные композиционные элементы и методы рекламы, отражающие ее специфику.
3. Особенности структуры рекламных текстов. Требования соразмерности и логичности.
4. Рубрики или подзаголовки в рекламных текстах.
5. Абзацы и их роль в композиции.
6. Заглавие как важнейшая часть композиции произведения.

Практическое занятие № 9

Новые информационные технологии в будущей профессиональной деятельности Доклады и сообщения

1. Компьютер как универсальное техническое средство обработки любой информации.
2. Информатизация на базе внедрения компьютерных и телекоммуникационных технологий и ее значение.
3. Интернет как беспрецедентный способ получения информации, как обеспечение уникальной свободы самовыражения личности и информации.
4. Технология Web и ее возможности.
5. Информационная технология управления: ее цели, содержание и функции.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Аудиовизуальное сопровождение материалов СМИ» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- Интерактивная лекция (тема № 1-9);
- Групповая дискуссия (тема № 1-9);
- Анализ ситуаций (тема № 4-6);
- Разбор конкретных ситуаций (тема № 2, 7-9).

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Текущий контроль успеваемости (рейтинг-контроль 1, рейтинг-контроль 2, рейтинг-контроль 3

РЕЙТИНГ-КОНТРОЛЬ № 1

Вопросы

1. Средства массовой коммуникации: определения, сущность, виды, функции.
2. Система современных аудиовизуальных СМИ. Компоненты структуры, их основная специфика.
3. Визуальный контент: фотографии, рисунки, схемы, видеоролики, графический дизайн, логотипы и т. п. Характеристика видов визуального контента.
4. Понятия «мультимедиа», ее содержание. Природа мультимедиа и новые принципы донесения информации.
5. Специфика видов медиа.
6. Конвергенция: определения и сущность понятия.
7. Язык мультимедиа, его специфика и методы. Особенности мультимедийного текста.
8. Классификация различных моделей чтения мультимедийного продукта.
9. Интерактивное медиа. Мультимедийный язык как интерактивный.
10. Классификация различных моделей чтения мультимедийного продукта.

РЕЙТИНГ-КОНТРОЛЬ № 2

Вопросы

1. Проявления глобализации в СМИ. Масс-медиа как сфера, подверженная воздействию процессов глобализации.
2. Статичная иллюстрация, фотоленты, фоторепортажи, фотогалереи.
3. Слайд-шоу. Анимационная карикатура. Подкаст.
4. Статичная иллюстрация, аудиоиллюстрация, видеоиллюстрация.
6. Аудиоверсия текста и аудиосюжет. Видеосюжет как законченное видеосообщение.
7. Видеоколонка, видеоочерк, видеокomentarий.
8. Синтетические жанры (аудиослайд-шоу, интерактивная видеоколонка, интерактивный видеосюжет, интерактивный видеомост, мультимедийное ток-шоу). Инфографика: цели, задачи, функции.
9. Сфера деятельности и требования к работе редактора. Профессиональные требования к деятельности редактора на радио и телевидении.
10. Подготовка и редактирование многокомпонентных прямых передач с большим числом участников.
11. Специфика работы редактора при редактировании разговорных жанров. Степень и качество подготовки к интервью, требования к интервью.

РЕЙТИНГ-КОНТРОЛЬ № 3

Вопросы

1. Схемы создания газетного произведения.
2. Виды редактирования (политическое, научное, литературное).
3. Этико-правовые аспекты работы редактора.
4. Редакторский анализ текста. Виды редакторского чтения и редакторских правок.
5. Смысловая структура текста и ее редактирование
6. Принципы построения и языково-стилистические приемы в рекламной литературе.
7. Особенности структуры рекламных текстов. Требования соразмерности и логичности.
8. Компьютер как универсальное техническое средство обработки любой информации.
9. Информатизация на базе внедрения компьютерных и телекоммуникационных технологий и ее значение.
10. Интернет как беспрецедентный способ получения информации, как обеспечение уникальной свободы самовыражения личности и информации. Технология Web и ее возможности.

Вопросы к экзамену

1. Средства массовой коммуникации: определения, сущность, виды, функции.
2. Система современных аудиовизуальных СМИ. Компоненты структуры, их основная специфика.

3. Визуальный контент: фотографии, рисунки, схемы, видеоролики, графический дизайн, логотипы и т. п. Характеристика видов визуального контента.
4. Понятия «мультимедиа», ее содержание. Природа мультимедиа и новые принципы донесения информации.
5. Специфика видов медиа.
6. Конвергенция: определения и сущность понятия.
7. Язык мультимедиа, его специфика и методы. Особенности мультимедиа-текста.
8. Классификация различных моделей чтения мультимедийного продукта.
9. Интерактивное медиа. Мультимедийный язык как интерактивный.
10. Классификация различных моделей чтения мультимедийного продукта.
11. Рекламный слоган и его структура.
12. Игровое начало в рекламном тексте.
13. Комическое как словесная форма языковой игры.
14. Интертекстуальность как стилеобразующая черта современных СМИ.
15. Образ телеведущего и его имидж как инструмент коммуникативного воздействия.
16. Социальная сущность языка как средства коммуникации.
17. Функциональность языка СМИ.
18. Проявления глобализации в СМИ. Масс-медиа как сфера, подверженная воздействию процессов глобализации.
19. Статичная иллюстрация, фотоленты, фоторепортажи, фотогалереи.
20. Слайд-шоу. Анимационная карикатура. Подкаст.
22. Статичная иллюстрация, аудиоиллюстрация, видеоиллюстрация.
23. Аудиоверсия текста и аудиосюжет. Видеосюжет как законченное видеосообщение.
24. Видеоколонка, видеоочерк, видеокомментарий.
25. Синтетические жанры (аудиослайд-шоу, интерактивная видеоколонка, интерактивный видеосюжет, интерактивный видеомост, мультимедийное ток-шоу). Инфографика: цели, задачи, функции.
26. Сфера деятельности и требования к работе редактора. Профессиональные требования к деятельности редактора на радио и телевидении.
27. Подготовка и редактирование многокомпонентных прямых передач с большим числом участников.
28. Специфика работы редактора при редактировании разговорных жанров. Степень и качество подготовки к интервью, требования к интервью.
29. Роль языка массовой коммуникации в процессах глобализации.
30. Правовые нормы, имеющие отношение к языку СМИ.
31. Особенности языка рекламы.
32. Понятие коммуникативной стилистики.
33. Образ автора в журналистском тексте.
34. Понятие стилевой специфики языка СМИ.
35. Факторы, обуславливающие стилевую специфику языка СМИ.
36. Факторы, определяющие индивидуальный стиль журналиста.
37. Обусловленность речевой деятельности журналиста условиями коммуникативной ситуации.
38. Схемы создания газетного произведения.
39. Виды редактирования (политическое, научное, литературное).
40. Этико-правовые аспекты работы редактора.
41. Редакторский анализ текста. Виды редакторского чтения и редакторских правок.
42. Смысловая структура текста и ее редактирование.
43. Принципы построения и языково-стилистические приемы в рекламной литературе.
44. Особенности структуры рекламных текстов. Требования соразмерности и логичности.
45. Компьютер как универсальное техническое средство обработки любой информации.
46. Информатизация на базе внедрения компьютерных и телекоммуникационных технологий и ее значение.

47. Интернет как беспрецедентный способ получения информации, как обеспечение уникальной свободы самовыражения личности и информации. Технология Web и ее возможности.
48. Определение языковой игры. Функции и виды языковой игры.
49. Понятие журналистского текста.
50. Задачи текстовой деятельности журналиста.
51. Редакторский анализ текста.
52. Принципы отбора речевых средств на радио.
53. Стилистические проблемы языка радио.
54. Специфика взаимодействия визуального ряда и вербального ряда.
55. Отражения языка массовой аудитории в речевой структуре телепередач.
56. Влияние российской телевизионной речи на языковое сознание.
57. Различия и сходства языка коммерческой рекламы и социальной рекламы.
58. Нелинейная организация информации в Интернете. Понятие гипертекста.

Основные вопросы для самостоятельной работы

1. Внешнее окружение системы отечественных СМИ.
2. Контент массовых коммерческих цифровых СМИ.
3. Конфессиональные обслуживающие СМИ.
4. Блогосфера как способ профессиональной и личностной самореализации.
5. Особенности работы редакционных коллективов рекламных СМИ.
6. Особенности работы редакционных коллективов учебных и общественных СМИ. Роль профессиональных кадров в создании подобных СМИ.
7. Российские ИА на международном информационном рынке.
8. Определение и классификация аудиовизуальных технологий.
9. Информационная революция и культура.
10. Средства и принципы воздействия аудиовизуальных технологий на подсознание человека.
11. Аудиовизуальные технологии, используемые в концертной деятельности.
12. Каналы художественной коммуникации. Проблемы, возникающие в связи с новыми технологиями распространения и потребления произведений искусства
13. Видеокультура и ее составляющие.
14. Современный синкретизм в экранной культуре.

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Количество экземпляров изданий в библиотеке ВлГУ в соответствии с ФГОС ВО	Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
1	2	3	4
Основная литература			
1. Проблема «факта и комментария» в журналистском тексте : учебное пособие [Электронный ресурс] / С.С. Карапетьян С.С. М.: Лаборатория книги.	2011		http://www.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140814
2. Основы медиажурналистики :	2012		http://www.biblioclub.ru/index.php?

учебное пособие [Электронный ресурс] / А.А. Никитенко. Новосибирск: НГТУ.			page=book&id=228794
Дополнительная литература			
1. Телевидение как среда для реализации продюсерских проектов: монография [Электронный ресурс] / М.Л. Немировская. М.: ЮНИТИ- ДАНА.	2015		http://www. //biblioclub.ru/index.php? page=book&id=446499

7.2. Периодические издания

7.3. Интернет-ресурсы

1. Лаборатория Силамедиа — практические курсы для тех, кто осваивает мир медиа и коммуникаций <https://silamedialab.ru/offline/mediamanager>
2. Polpred.com: Обзор СМИ. <https://polpred.com/>
3. Электронная библиотека начинающего журналиста <http://www.journ-lessons.com/litra.html>

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Практические и лабораторные работы проводятся в учебной аудитории 201б, количество студенческих мест – 25, площадь 34,3 кв.м.

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения: средства Microsoft Office.

Рабочую программу составил доктор филос. н., профессор Латышева Ж.В.




Рецензент (Представитель работодателя) Директор ГТРК «Владимир» Филинов А.Н.



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО

Протокол № 1 от 29.08.2019 года

Заведующий кафедрой Латышева Ж.В.



Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления 04.03.02. «Журналистика»

Протокол № 1 от 11.09.2019 года

Председатель комиссии Латышева Ж.В.



**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

в рабочую программу дисциплины

НАИМЕНОВАНИЕ

образовательной программы направления подготовки код и наименование ОП, направленность:
наименование (указать уровень подготовки)

Номер изменения	Внесены изменения в части/разделы рабочей программы	Исполнитель ФИО	Основание (номер и дата протокола заседания кафедры)
1			
2			

Зав. кафедрой _____
Подпись ФИО