

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)

Гуманитарный институт

УТВЕРЖДАЮ



Директор института

Е.М. Петровичева

04 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
АУДИОВИЗУАЛЬНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ
МАТЕРИАЛОВ СМИ

Направление подготовки/ специальность

42.03.02 «Журналистика»

Направленность (профиль подготовки)

«Журналистика»

г. Владимир
2022

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: рассмотреть историю газетных и журнальных графических и фотоиллюстраций, основы полиграфического дизайна и современную систему аудиовизуальных СМИ.

Задачи освоения содержания дисциплины:

- показать роль визуального компонента СМИ в создании информационного общества;
- рассмотреть аспекты воздействия аудиоматериалов на аудиторию СМИ;
- сформировать у обучающихся первоначальные представления о конвергентных СМИ.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Аудиовизуальное сопровождение материалов СМИ» относится к части учебного плана по направлению 42.03.02 «Журналистика», формируемой участниками образовательных отношений.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и идентификаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержания индикатора)	Результаты достижения по дисциплине	
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Знает основные отечественные и мировые достижения в области науки, техники, искусства и других сфер культуры.	Знает основы композиции и цветовой гармонии, музыкальные направления и стили, историю газетной и журнальной иллюстрации, имена и особенности творчества виднейших фоторепортёров, дизайнеров полиграфической продукции, популярные шрифты, жанры современной конвергентной журналистики.	Тестовые вопросы, доклад, творческое задание.
	ОПК-3.2 Умеет интерпретировать и/или оценивать культурные артефакты с целью их использования в создаваемых медиатекстах и медиапродуктах.	Определить стиль визуального или музыкального сопровождения медиапродукта; подобрать адекватный музыкальный фон или иллюстрации для медиапродукта.	
	ОПК-3.3 Владеет навыками отбора и систематизации примеров из области культуры при создании медиатекстов и медиапродуктов.	Владеет навыками подбора звукового фона для телевизионного или радио-эфира, иллюстраций для журналистского текста, шрифта, создания фотомонтажа, подготовки текста для аудирования, озвучивания информационного текста.	
ПК-2 Получает информацию в ходе	ПК-2.1 Знает методы, методики и приемы межличностной	Знает принципы влияния на аудиторию с помощью визуального или звукового оформления медиапродукта, приёмы ведения	Творческое задание

<p>профессионального общения с героями, свидетелями, экспертами и фиксирует полученные сведения</p>	<p>коммуникации</p> <p>ПК-2.2 Умеет следовать принципам работы журналиста с источниками информации, использовать методы ее сбора и проверки.</p> <p>ПК-2.3 Владеет методологией и методикой работы журналиста как организатора производства и распространения медиатекстов и медиапродуктов.</p>	<p>интервью, расстановки акцентов в озвучиваемом тексте.</p> <p>Умеет распознать стиль графической иллюстрации, использовать или обыгрывать всемирно известные изображения при создании иллюстраций СМИ, при необходимости указать первоисточник иллюстрации.</p> <p>Владеет навыками дизайнерского оформления медиапродукта в целях его оптимального распространения и приобретения популярности у аудитории.</p>	
<p>ПК-5 Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта</p>	<p>ПК-5.1 Знает сложившиеся подходы к пониманию творчества и деятельности журналиста, различные виды жанров и форматов, различные знаковые системы (вербальная, фото-, аудио-, видео-, графическая).</p> <p>ПК-5.2 Умеет отличать авторское журналистское творчество как вид редакционной деятельности от других видов; анализировать отечественные и зарубежные журналистские публикации с целью выявления лучших практик творческой деятельности.</p> <p>ПК-5.3 Владеет навыками творческого саморазвития и творческого подхода к выполнению редакционного задания на основе анализа лучших практик журналистского творчества; навыками в рамках отведенного</p>	<p>Знает традиционные и актуальные жанры и форматы СМИ, каналы распространения информации, методы и приёмы создания иллюстрации, композиционного, звукового (музыкального и др.) оформления медиатекста.</p> <p>Умеет распознать влияние на создаваемый медиапродукт той или иной традиции оформления, произвести концептуальный анализ изображения или фотографии, выделять наиболее уместные подходы к аудиовизуальному оформлению СМИ.</p> <p>Владеет основами этносемиотики и традиционных знаковых систем, навыками креативного подхода к созданию медиапродукта на основе опыта лучших предшественников: иллюстраторов, дизайнеров, фоторепортёров, творческих редакторов и т.д., – и первоначальным опытом создания мультимедийных СМИ: подкастов, лонгридов и т.п.</p>	<p>Тестовые вопросы, творческое задание</p>

	бюджета и времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах и форматах, с использованием различных знаковых систем в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах.		
--	---	--	--

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа

Тематический план форма обучения - очная

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	В форме практической подготовки		
1	Российские средства массовой информации (печатные издания, радио, телевидение). Особенности современных аудиовизуальных СМИ.	3	1-2	2	2			9	
2	Процесс конвергенции СМИ. Информационная и социальная роль мультимедийной журналистики.	3	3-4	2	2			9	
3	Технология создания мультимедийного СМИ	3	5-6	2	2			9	Рейтинг-контроль № 1
4	Роль интернет-СМИ в процессе глобализации информационно-коммуникативного пространства	3	7-8	2	2			9	
5	Новые жанры и формы вещания	3	9-10	2	2			9	
6	Редактирование радио- и телепередач: специфика структуры радио- и телепередач.	3	11-12	2	2			9	Рейтинг-контроль № 2
7	Принципы подготовки текста для аудирования: содержательно-фактический, функционально-стилистический, нормативный аспекты редактирования.	3	13-14	2	2			9	
8	Редактирование рекламы: редактирование композиции и содержания с учетом функций рекламного текста.	3	15-16	2	2			9	
9	Новые информационные технологии в будущей профессиональной	3	17-18	2	2			9	Рейтинг-контроль № 3

деятельности.								
Всего за 3 семестр:			18	18			81	Экзамен/27
Наличие в дисциплине КП/КР								
Итого по дисциплине			18	18			81	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 «мультимедиазация», 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. Мультимедиа 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 мультимедиа-текста. 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.

Мультимедиа-текст 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: *сеанс 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. Видеоколонка, видеоочерк, видеокомментарий. Синтетические жанры (аудиослайд-шоу, интерактивная видеоколонка, 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. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

5.1 Текущий контроль успеваемости

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, видеокомментарий.
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.

5.2 Промежуточная аттестация

Экзаменационные 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 мультимедиа-текста.
8. Классификация различных моделей чтения мультимедийного продукта.
9. Интерактивное медиа. Мультимедийный язык как интерактивный.
11. Рекламный слоган и его структура.
12. Игровое начало в рекламном тексте.
14. Интертекстуальность как стилиобразующая черта современных СМИ.
15. Образ телеведущего и его имидж как инструмент коммуникативного воздействия.
16. История карикатуры в отечественных СМИ
17. История карикатуры в зарубежных СМИ.
18. История и принципы фоторепортажа.

19. История отечественных иллюстрированных журналов.
20. История зарубежных иллюстрированных журналов.
21. История шрифтов, наиболее активно используемых в рекламе и СМИ.
22. Инфографика как визуальное сопровождение журналистского текста.
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).
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. Факторы, определяющие индивидуальный стиль журналиста.
35. Обусловленность речевой деятельности журналиста условиями коммуникативной ситуации.
36. Особенности структуры рекламных текстов. Требования соразмерности и логичности.
37. Компьютер как универсальное техническое средство обработки любой информации.
38. Информатизация на базе внедрения компьютерных и телекоммуникационных технологий и ее значение.
39. Интернет как беспрецедентный способ получения информации, как обеспечение уникальной свободы самовыражения личности и информации. Технология Web и ее возможности.
40. Определение языковой игры. Функции и виды языковой игры.
41. Принципы отбора речевых средств на радио.
42. Стилистические проблемы языка радио.
43. Клиповое сознание XX в. и его проявление в СМИ.
44. Видео-заставка в телевизионных СМИ.
45. Специфика взаимодействия визуального ряда и вербального ряда.
46. Отражения языка массовой аудитории в речевой структуре телепередач.
47. Влияние российской телевизионной речи на языковое сознание.
48. Различия и сходства языка коммерческой рекламы и социальной рекламы.
49. Нелинейная организация информации в Интернете. Понятие гипертекста.
50. Лонгрид как новейший формат конвергентной журналистики.

5.3. Самостоятельная работа обучающегося

Вопросы для конспектов

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.

Контроль за выполнением самостоятельной работы студентов осуществляется в ходе практических занятий и рейтинг-контроля. Учебно-методическое обеспечение указано в пунктах 6.1. и 6.2. данной учебной программы.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Наличие в электронной библиотеке ВлГУ	
Основная литература			
Арт-журналистика в цифровую эпоху: реалии и прогнозы [Электронный ресурс] / Ю.В. Ганицева, 148 с.	2019	https://znanium.com/catalog/document?id=357274	
Смирнова, О. В. Работа журналиста в цифровой периодике : учебное пособие для студентов вузов / Смирнова О. В. - Москва : Аспект Пресс, 2021. - 248 с. - ISBN 978-5-7567-1137-0.	2021	https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756711370.html	
Интернет-журналистика: учебное пособие [Электронный ресурс] / Д.А. Устюжанина, Сибирский федеральный университет	2019	https://znanium.com/catalog/document?id=379875	
Круглова, Л. А. Онлайн-видео. Структура, контент, монетизация : учебное пособие для студентов вузов / Л. А. Круглова, К. В. Чобанян, Г. Г. Щепилова; под ред. Г. Г. Щепиловой. - Москва : Аспект Пресс, 2020. - 112 с.	2020	https://www.studentlibrary.ru/ru/book/ISBN9785756710915.html	
Тулупов В.В., Техника и технология медиадизайна. Книга 2: Электронные СМИ [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Тулупов В. В., М. : Аспект Пресс, 176 с.	2018	http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756709681.html	
Дополнительная литература			
Журналистика в этнокультурном взаимодействии: учебное пособие [Электронный ресурс] / И.Н. Блохин СПб, Санкт-Петербургский государственный университет	2013	https://znanium.com/catalog/document?id=302213	
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	
Универсальная журналистика: учебник [Электронный ресурс] / Л.П. Шестеркина, Аспект-Пресс	2016	https://znanium.com/catalog/document?id=343607	

7.2. Периодические издания

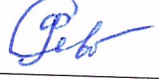
Российское фото
Фотодело

7.3. Интернет-ресурсы

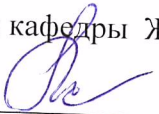
1. Лаборатория Силамедиа — практические курсы для тех, кто осваивает мир медиа и коммуникаций <https://silamedialab.ru/offline/mediamanager>
2. Polpred.com: Обзор СМИ. <https://polpred.com/>
3. Электронная библиотека начинающего журналиста <http://www.journ-lessons.com/litra.html>

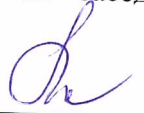
7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации дисциплины имеется аудитория для проведения занятий лекционного, практического и лабораторного типа, оборудованная мультимедийными средствами с установленными на них лицензионным программным обеспечением: пакет Microsoft Office.

Рабочую программу составил к.ф.н, доцент кафедры ЖРСО Февралева О.В. 

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

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО
Протокол № 9 от 21.04.2022 года 
Заведующий кафедрой Латышева Ж.В. _____

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления 04.03.02. «Журналистика»
Протокол № 9 от 21.04.2022 года 
Председатель комиссии Латышева Ж.В. _____