

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»
Филологический факультет
Кафедра русской словесности и межкультурной коммуникации

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

НОВЫЕ МЕДИА: ЖУРНАЛИСТИКА И ЯЗЫК В ИНТЕРНЕТЕ

Направление подготовки: 45.04.01 Филология

Направленность (программа): Филологическое обеспечение СМИ

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Разработчик (и):

Богуславская Вера Васильевна, доктор филологических наук, доцент,
профессор кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации
ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина».

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Новые медиа: журналистика и язык в Интернете» является получение базовых знаний, представлений и умений, связанных с актуальным пониманием динамичной роли и места журналистики в современном информационном обществе и способствующих осуществлению профессиональной деятельности с учетом специфики новых видов медиа.

Задачи дисциплины:

- 1.изучение ключевых понятий и терминов, касающихся медийной проблематики во всём многообразии её проявлений в пространстве новых медиа;
- 2.формирование умения посредством использования цифровых средств и сквозных технологий (высокотехнологичных направлений), анализировать и продуцировать конкретные первичные и вторичные журналистские медиатексты;
- 3.формирование навыка использования новых коммуникационных интернет-технологий, технологии виртуальной и дополненной реальности, больших данных в комплексном анализе контента новых медиа, в работе с жанрово-тематической проблематикой медиа и при типологической характеристике видов новых медиа;
- 4.проводить комплексные филологические исследования с опорой на типологические характеристики новых медиа, с использованием спектра цифрового инструментария для выявления и осознания специфики обусловленности взаимодействия «языка новых медиа и личность в интернете».

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 45.04.01. Филология (профиль «Филологическое обеспечение СМИ»), дисциплина «Новые медиа: журналистика и язык в Интернете» (Б1.В.07) входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений основной образовательной программы магистратуры.

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

В процессе изучения дисциплины формируются следующие компетенции:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине		
		знать	уметь	владеть

<p>УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</p>	<p>УК-2.3. Представляет публично результаты проекта (или отдельных его этапов) в форме отчетов, статей, выступлений на научно-практических</p>	<p>Знать: теорию проектной деятельности, публичной коммуникации, этапы подготовки и представления результатов проектной деятельности.</p>	<p>Уметь: создавать медиатексты в форме отчетов, статей, выступлений на научно-практических семинарах и конференциях</p>	<p>Владеть: технологиями публичного представления результатов проектной деятельности.</p>
<p>УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>УК-4.3. Использует сеть Интернет и социальные сети в процессе учебной и академической профессиональной коммуникации.</p>	<p>Знать правила и способы защиты цифровых сведений, устройств и ресурсов; возможности социальных сетей, ресурсы интернета, которые можно использовать в процессе учебной и академической профессиональной коммуникации с целью их большей эффективности</p>	<p>Уметь эффективно использовать сеть Интернет и социальные сети в процессе учебной и академической профессиональной коммуникации; отбирать необходимые для решения конкретной задачи ресурсы Интернета и социальных сетей.</p>	<p>Владеть навыком оптимального и безопасного использования сети Интернет и социальных сетей; навыками отбора и технологиями работы с ресурсами Интернета и социальных сетей в процессе учебной и академической профессиональной коммуникации</p>
<p>ПК-1. Владеет навыками разработки и реализации научных проектов: квалифицированно го анализа, экспертизы и редактирования научных публикаций, оформления и продвижения результатов научной деятельности</p>	<p>ПК-1.1. Умеет оформить и представить результаты научного исследования в виде научной публикации, устного выступления, аннотации, тезисов, автореферата</p>	<p>Знать требования, предъявляемые к научным, публикациям и тезисам, алгоритмы аннотирования и реферирования научных текстов, правила и нормы устной речи.</p>	<p>Уметь создавать, корректно оформлять, аннотировать и реферировать научные тексты по специальности. Устно представлять результаты научных исследований</p>	<p>Владеть навыками аннотирования и реферирования научных статей, навыком публичного выступления.</p>

<p>ПК-2. Способен осуществлять деятельность по созданию и редактированию текстового контента для различных типов медиа.</p>	<p>ПК-2.1. Редактирует, трансформирует (изменяет стиль, жанр, целевую принадлежность), реферировать различные типы текстов в зависимости от задач профессиональной деятельности.</p>	<p>Знать языковые нормы, стандарты редактирования и реферирования, виды правки; требования к трансформации различных типов текстов в зависимости от задач профессиональной деятельности; основные тренды маркетинговых коммуникаций в сети Интернет</p>	<p>Уметь использовать различные типы медиа при организации специальных событий и мероприятий, использовать инструменты настройки таргетинга; редактировать, трансформировать и реферировать различные типы текстов в зависимости от задач профессиональной деятельности</p>	<p>Владеть практическими навыками редактирования, трансформирования и реферирования текстового контента для различных типов медиа в зависимости от задач профессиональной деятельности; работа с системами контроля версий, реферирования и рецензирования текстов; инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием различных типов медиа, осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами</p>
	<p>ПК-2.2. Владеет приемами и навыками креативного письма и спичрайтинга.</p>	<p>Знать приемы креативного письма, составления различных видов речей, стилевые особенности речи и их практическое использование</p>	<p>Уметь создавать креативные тексты для публичных выступлений</p>	<p>Владеть навыками написания текстов выступлений</p>

4. Содержание дисциплины

Раздел 1. Новые медиа: типология, функции, структура.

1.1. Новые медиа: определение понятия. Структура. Функции. Типологический подход к новым медиа. Функциональная специфика новых медиа. Аудитория

новых медиа (медиаповедение и медиапотребление). Соотношение понятий «новые медиа», «гражданская журналистика», «социальные медиа». Интернет - СМИ – новая подсистема медиасистемы. Интернет как коммуникационный канал. Типоформирующие факторы Интернет-СМИ. Тенденции развития и трансформации подсистем СМИ. Цифровизация, интерактивность, демассовизация как основные признаки Интернет-СМИ. Трансмедиа: к определению понятия.

1.2. Новые и экспериментальные форматы и жанры.

Трансформация жанров в новых медиа. Социальные медиа.

Типологический анализ новых медиа. Аудитория новых медиа. Новые медиа как инструмент рекламы и PR в корпоративных коммуникациях в социальных сетях Product Placement как новая медиатеchnология. Модели визуальной метафоризации в дискурсе социальной рекламы.

Раздел 2. Медиасистемы: тенденции развития, методы и технологии.

2.1. Определение понятия. Структура медиасистемы как набор состоящих в организационных и функциональных связях организаций (элементов). Цельность медиасистемы как единый комплекс. Функциональная характеристика: обеспечение организованного процесса сбора, обработки, распространения контента (новостного, просветительского, развлекательного). Типы моделей медиасистем по Манчини, Халлину (средиземноморская, североатлантическая, североевропейская). Современная российская медийную модель (государственная коммерциализированная, по Е. Л. Варгановой). Синергия западных и азиатских элементов в русской медийной системе (как особая евразийская гибридная система).

2.2. Структура медиасистемы как набор состоящих в организационных и функциональных связях организаций (элементов). Цельность медиасистемы как единый комплекс. Функциональная характеристика: обеспечение организованного процесса сбора, обработки, распространения контента (новостного, просветительского, развлекательного).

Раздел 3. Современные тенденции в печати, на радио, в интернете и на ТВ

3.1. Традиционные СМИ в эпоху новых медиа: тренды развития и трансформации.

3.2. Адаптивные стратегии медиапроизводства. Дистрибуция контента.

Раздел 4. Новая парадигма в изучении языка СМИ в цифровую эпоху

4.1. Новая дискурсивная реальность в фокусе лингвистического наблюдения. Две модели гражданского общества в современных массмедиа (по О.С. Иссерс, Н. В. Орловой).

4.2. Медиафейки: между правдой и мистификацией. Факт-чекинг.

Раздел 5. Продуцирование реальности и ее языковой актуализации в медиадискурсе. Личность в современной медиасистеме

5.1. Продуцирование реальности и ее языковой актуализации в медиадискурсе. Лингвокультурологическая специфика языковых явлений в медиадискурсе. Психологические характеристики личности в медийном пространстве.

Раздел 6. Трансформация медиатекста в цифровой среде новых медиа. Заголовочные комплексы традиционных СМИ и новых медиа. Маркеры русской культуры в контенте современных российских медиа.

6.1. Цифровая трансформация медиатекста в пространстве новых медиа. Заголовок как элемент модели медиатекста. Медиатекст в социальных сетях. Трансформация медиатекста: лингвистические.

6.2. Моделирование заголовочных комплексов традиционных СМИ и новых медиа. Заголовок как элемент модели медиатекста. Медиатекст в социальных сетях. Заголовок как коммуникативный акт.

6.3. Продуцирование реальности и ее языковой актуализации в медиадискурсе. Личность в современной медиасистеме показатели трансформации. Личность в медийном пространстве. Психологические характеристики.