

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

Создание мультимедийного контента: форматы, структура, жанры (наименование дисциплины)

Направление подготовки **42.04.05 «Медиакоммуникации»**
(код, уровень и наименование направления подготовки)

Направленность (профиль) **Медиакоммуникации в профессиональной сфере**
(наименование ОПОП)

Квалификация выпускника **магистр**
Форма обучения **очная**

Разработчик (и): Северская Ольга Игоревна, кандидат филологических наук, ведущий научный сотрудник ФГБУН Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН, доцент кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина».

Рецензенты:

Базжина Татьяна Вадимовна, кандидат филологических наук, профессор кафедры теоретической и прикладной лингвистики факультета теоретической и прикладной лингвистики Института лингвистики ФГБОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет»;

Желтухина Марина Ростиславовна, доктор филологических наук, профессор, академик РАЕН, заведующая НИЛ «Дискурсивная лингвистика», профессор кафедры теории английского языка ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный социально-педагогический университет».

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Создание мультимедийного контента: форматы, структура, жанры» является формирование системного представления о медиаконтенте, медиатексте медиатехнологиях, закономерностях и тенденциях развития современного медиаконтента и его форматов и форм репрезентации в СМИ.

Цель определяет следующие задачи:

- изучить особенности современного медиаконтента;
- овладеть алгоритмом подготовки различных типов медиаконтента;
- анализировать и создавать различные типы контента в системе медиа-, социальных и бизнес-коммуникаций;
- использовать механизмы убеждения, стратегии и тактики воздействия для подготовки медиаконтента.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки **42.04.05 «Медиакоммуникации» (профиль «Медиакоммуникации в профессиональной сфере»)**, дисциплина «Создание мультимедийного контента: форматы, структура, жанры» (Б1.О.05.03) входит в состав обязательной части основной образовательной программы магистратуры.

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

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине		
		знать	уметь	владеть
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	УК-2.2. Способен видеть результат деятельности и планировать последовательность шагов для его достижения. Формирует план-график реализации проекта и план контроля за его выполнением.	- потребности медиарынка; - особенности работы в конвергентной редакции; - специфику индивидуально-творческого рабочего процесса в массмедиа; - этапы работы над медиапроектом и принципы командной работы	- учитывать рейтинговые показатели медиапродуктов; - формулировать цели и задачи, выбирать пути их достижения; - определять оптимальный состав команды для подготовки и реализации проекта; - составлять план-график работы над проектом - формировать с помощью стратегий воздействия и	- технологиями сбора, обработки и распространения информации в массмедиа; - принципами работы с базами открытых данных; - принципами организации работы при создании медиапроектов разных форматов и медиажанров; - технологиями планирования

			отслеживать реакцию аудитории.	
УК-6: Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.2.: Реализовывает приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	- основные приемы самоорганизации и самообразования; - технологии управления временем.	- распределять время для решения личных и профессиональных задач; - распознавать ситуацию дефицита знаний и умений	- информацией о возможных путях повышения журналистской квалификации; - технологиями тайм-менеджмента и самоорганизации.
ОПК-1: Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.	ОПК-1.1.: Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	- информационные потребности общества; - законодательство Российской Федерации о СМИ; - источники необходимой информации для подготовки авторских материалов; - специфику информационной работы в массмедиа; - нормы русского литературного языка и словари и справочники, отражающие их кодификацию.	- формировать актуальную повестку дня; - вычленять социально значимые проблемы; - излагать важнейшие документы, материалы СМИ и информационных агентств; - готовить и редактировать собственные материалы; - вести работу с учетом перспектив развития редакции /канала; - использовать позитивный зарубежный и отечественный опыт.	- алгоритмами подготовки различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций. - навыками анализа метрик медиапродуктов и СМИ; - алгоритмами проверки информации; - технологиями создания авторских материалов; - техниками вербального и невербального воздействия на аудиторию; - навыками выработки и подачи творческих идей.

4. Структура и содержание дисциплины

1. Медиа контент сегодня: типы, виды, коммуникационные особенности и медиатренды.

Содержание: Особенности современной медиакommunikации: виртуализация информационного пространства, глобализация информационной среды, появление новых коммуникационных форматов Web 1.0, 2.0, 3.0. Взаимодействие и взаимовлияние контента, каналов и аудитории. Каналы распространения информации: визуальные, аудиальные, аудиовизуальные, смешанные. Контент, текст и дискурс. Медиа-контент и его элементы: текст, звук, изображение, видео, графика. Виды информации: фактуальная, концептуальная, узуальная. Текст и подтекст. Стилистика медиа-контента и стилистика мысли. Виды медиа-контента по содержанию: информационный, продающий, развлекательный. «Три кита» хорошего контента: релевантность, сторителлинг, проблемность/конфликтность. Коммуникативная организация: адресант и адресат, их потребности, позиции, намерения, коммуникативные стратегии и тактики кодирования и восприятия информации. Правила достижения взаимопони-

мания. Образы пользователей. Универсальные способы создания контента: Self Media, экспертный, редакционный, User-generated content.

2. Типология современного медиаконтента

Содержание: Виды медиаконтента в зависимости от авторства: журналистский, пользовательский, институциональный, роботизированный. Типология авторского контента: по количеству авторов, параметру присутствия автора в медиатексте, степени публичности, вкладу автора в создание медиатекста. Виды вторичного контента: рерайтинг, агрегация, открытые данные. Рерайтинг: поверхностный и глубокий. Правила и этапы работы над рерайтом. Рерайт и копирайтинг. Агрегаторы новостей: назначение и цели использования, принципы работы, критерии агрегации контента (цитируемость, свежесть новости, информативность). Важнейшие базы открытых данных. Информационный краудсорсинг. Медиаметрия. Жанровая типология медиатекстов: оперативно-новостные (новости и заметки); оперативно-исследовательские (интервью, репортажи, отчеты); исследовательско-новостные (комментарии, рецензии); исследовательские (статья, лонгрид, обозрение); исследовательско-образные (очерк, эссе, фельетон, памфлет).

3. Современная интернет-журналистика и блогинг.

Содержание: «Всемирная паутина» ((World Wide Web) как основной канал интернет-коммуникации: хостинги, домены, сайты и личные страницы. Типология интернет-контента: художественный/нехудожественный; изолированный/сетевой; аксиальный/дисперсный; только чтение/чтение с комментариями/чтение-письмо; проект одного автора/проект с возможностью коллективного творчества. По носителю информации: текстовый, фото-, видео-, комбинированный. По формату: сюжетный и справочный. По функции: информационный (профессиональный/любительский), коммерческий/некоммерческий. Социальные сети как вид новой журналистики. Блог: электронный журнал. Типология блогов: по носителю информации – текстовые, визуальные, аудиальные; по автору – официальные, корпоративные, коллективные, авторские. Языковые и стилистические средства в блоге. Факт и мнение в блогосфере. Темы для личного / корпоративного блога. Блог Яндекса как пример тематики корпоративного блога. Параметры медиаметрии блогосферы (исследования Popsters): активность аудитории в зависимости от дня недели и времени публикации, длины текста, типа контента, показатели вовлеченности.

4. Современные радиопроекты и подкастинг.

Содержание: Радио в условиях конвергенции и гибридизации эфира. Аудитория: «радиозрители» или «телеслушатели»? Визуализация и вербализация. Радио в интернете. Конвергентная радиоредакция: профессии и роли. Вербальные и невербальные средства радиоречи. Формо- и стилообразующие выразительные средства. Особенности написания текстов для прослушивания. Новости и истории. Формы и жанры аудиоконтента. Способы привлечения внимания «рассеянного слушателя». Подкастинг как подписное вещание и аудиоблогинг. Типология подкастов: уникальные и серийные (мультисезонные), по формату – разговорные, нарративные, фикшн, трукрайм. Этапы работы с подкастом: тема, идея, формат, длина, сценарий, поиск героев, запись и монтаж, размещение, продвижение. Программы записи, мон-

тажа. Популярные хостинги. Параметры медиаметрии дослушивания подкастов: по тематической категории, по гендеру, по длине, по дню и времени размещения.

5. Современные телепроекты, влогинг и другие формы визуального медиаконтента. Содержание: ТВ и формы его эфирного и цифрового вещания. Эфирная трансляция и стрим. Визуальность и эффект присутствия. Язык визуальных образов: кадр, план, ракурс, композиция, визуальные метафоры, сравнения, метонимии. «Картинка» и текст. Влог как личное/корпоративное медиа. Типология по платформе, параметрам видеозаписи и особенностям видеоряда и звукового сопровождения, субъектной организации и тематико-функциональной специфике. Политические, технологические, кино-влоги, лайфстайл-, бьюти-, фэшн-влоги, обзоры видеоигр и летсплеи, трэвел-влоги, фитнес-влоги. Параметры медиаметрии досматривания стримов и влогов: по тематической категории, по гендеру, по длине, по дню и времени размещения. Способы и принципы визуализации текстового контента: фото и инфографика. Инфографика как разновидность креолизованного текста. Формы презентации инфографики: иллюстрации, видео, анимация, чертежи и схемы, карты. Онлайн-инструменты создания инфографики (Инфограм, Пиксельмап, Thingling). Роль визуализации в восприятии текста аудиторией.

6. Медиакартина мира и управление контентом СМИ в условиях конвергентности. Содержание: Понятие медиакартины мира. Культурные концепты. Прецедентные феномены. Национальные стереотипы. Стереотипы коммуникативного поведения. Формы межкультурной коммуникации в современном медиаконтенте: межрасовая, межэтническая, межкультурная. Ее элементы: восприятие, вербальные процессы, невербальные процессы. Мультимедийный контент как сообщение и воздействие. Средства воздействия в заголовке и основной части текста мультимедийного текста, языковая игра. Прямые и косвенные тактики воздействия и манипуляции. Реклама как средство формирования общественного мнения. Специфика рекламы и рекламного контента в печати, интернете, на радио и ТВ. Коммерческая и политическая реклама. Управление рекламным и иными типами контента каналами и медиахолдингами. Искусственный интеллект и его роль в современных медиа.

Самостоятельная работа охватывает проработку обучающимися отдельных вопросов теоретического курса, выполнение домашних работ, включающих подготовку рефератов и эссе, выполнение проектных и практико-ориентированных заданий с последующей их презентацией в группе.

В преподавании дисциплины «Создание мультимедийного контента: форматы, структура, жанры» используются следующие образовательные технологии:

- активные формы лекций (лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция с применением обратной связи);
- формы интерактивного обучения (групповое обсуждение ключевых проблем и конкретных медиапродуктов; дискуссия; аудиторные творческие задания с последующим их обсуждением);
- кейс-технология;
- тестирование.