

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Б1.О.03
(индекс дисциплины)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Жанры и форматы мультимедийной журналистики

(наименование дисциплины)

по направлению подготовки

42.04.02 Журналистика

направленность (профиль)

Мультимедийная журналистика

Форма обучения: очная

Год набора: 2019

Общая трудоемкость: 7 ЗЕ

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр	1	Итого
Форма контроля	зачет	
Вид занятий		
Лекции	16	16
Лабораторные		
Практические	18	18
Руководство: курсовые работы (проекты)		
Промежуточная аттестация	0,25	0,25
Контактная работа	34,25	34,25
Самостоятельная работа	217,25	217,25
Контроль		
Итого	252	252

Рабочую программу составил(и):

Заведующий кафедрой, кандидат филологических наук, доцент Иванова Л.В.

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

Рецензирование рабочей программы дисциплины:



Отсутствует



Рецензент

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

Рабочая программа дисциплины составлена на основании ФГОС ВО и учебного плана направления подготовки 42.04.02 Журналистика

Срок действия рабочей программы дисциплины до «30» августа 2021 г.

УТВЕРЖДЕНО

На заседании кафедры «Журналистика»

(протокол заседания № 1 от «28» августа 2018 г.).

1. Цель освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины – сформированные устойчивые профессиональные компетенции, необходимые для производства мультимедийного журналистского контента разных жанров и форматов для сетевых массмедиа.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплины и практики, на освоении которых базируется данная дисциплина: Актуальные проблемы современности и журналистика; Мультимедийные инструменты, платформы и сервисы визуализации контента.

Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: Разработка и реализация мультимедийных проектов; Введение в дата-журналистику; Спецпроект в СМИ; Редактор мультимедийного проекта; Производственная практика (профессионально-творческая практика) 1, 2; Преддипломная практика; Подготовка к защите и процедура защиты выпускной квалификационной работы.

3. Планируемые результаты обучения

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Планируемые результаты обучения
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	Знать: <ul style="list-style-type: none">– сущностные черты медиатекста (медиапродукта), обусловленные его функционированием на разных платформах публичной коммуникации;– свойства и характеристики «медиатекста», этапы, принципы, особенности производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;– принципы соотношения внешних (коммуникативных) факторов, лежащих в основе конструирования медиатекста, с внутренними константами медиатекста, а также техническими характеристиками платформы распространения;– специфику современного медиатекста, его выразительные ресурсы, жанровые разновидности и форматы;– характер влияния современных медийных платформ на структурные признаки медиатекста;

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Планируемые результаты обучения
		<ul style="list-style-type: none"> – авторские стратегии, направленные на создание конкретного типа и вида текста в соответствии с коммуникативно-прагматическими установками, направленностью и форматом СМИ; – особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
	ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных обществом и индустрией журналистских	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – идентифицировать мультимедийный медиатекст, давать его описание, проводить конструктивный, методически выверенный анализ, раскрывающий характерные свойства; – создавать медиатекст (медиапродукт) в различных жанрах и форматах с учетом специфики мультимедийной платформы и экстралингвистических факторов; – использовать жанровые и форматные ресурсы для повышения выразительности медиатекста; – умеет отслеживать изменения норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем и адекватно им корректировать процесс производства медиатекста, и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью к планированию, организации и координированию процесса создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – специфику проектной, производственной деятельности в медиасистемах;

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Планируемые результаты обучения
	<p>текстов и (или) продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем</p>	<p>– формы проектирования медиа и управления данным процессом;</p> <p>– методику разработки концепции авторского медиапроекта: методы анализа ситуации, проведения маркетинговых исследований и т.д., медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>Уметь:</p> <p>– генерировать идею проекта на конкретную тему и обосновывать ее целесообразность;</p> <p>– разрабатывать программу подготовки проекта и подбирать команду;</p> <p>– работать в команде, разрабатывающей локальный авторский медиапроект, включаться в проектирование и реализацию проекта на разных его этапах;</p> <p>– управлять процессом подготовки востребованных обществом и индустрией журналистских текстов и (или) продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем</p> <p>Владеть:</p> <p>– приемами взаимодействия в команде проекта;</p> <p>– навыками оперативного корректирования концепции авторского медиапроекта в зависимости от коммуникативной ситуации;</p> <p>– навыками корректирования процесса производства медиатекста, и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта</p>
ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и	ОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах	Знать: <p>– источники данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп;</p>

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Планируемые результаты обучения
удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	отдельных аудиторных групп	– методы обработки и интерпретации данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп
		Уметь: – на основе данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп выбирать жанры и форматы медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
		Владеть: – методами обработки и интерпретации данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп; – навыком «конвертирования» данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп в задачи проектной (производственной) деятельности в сфере медиа
	ОПК-4.2. Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые журналистские тексты и (или) продукты	Знать: – методы изучения реакции аудитории на медиатексты (медиапроекты); – методы прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на медиатексты (медиапроекты) Уметь: – использовать данные о потенциальной реакции целевой аудитории для управления и корректирования процесса создания журналистских текстов и (или) продукты, в том числе на этапе генерирования идеи медиатекста (медиапроекта), а также при выборе его жанра и (или) формата

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Планируемые результаты обучения
		Владеть: <ul style="list-style-type: none"> – методы изучения реакции аудитории на медиатексты (медиапроекты); – методы прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на медиатексты (медиапроекты)

4. Структура и содержание дисциплины

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наимено- вание оценочного средства)
Модуль I. Потребно- сти обще- ства и инте- ресы ауди- тории как факторы выбора жанров и форматов медиа-тек- стов (ме- диапродук- тов)	Лекция	Источники и методы обработки и интерпре- тации данных социологических исследова- ний о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп	1	2	-	-	
	Лекция	Потребности общества и интересы аудито- рии как факторы производства мультиме- дийных продуктов. Потенциальная реакция целевой аудитории как жанрово-форматный, идейно-тематический и структурно-стили- стический фактор мультимедийного медиа- продукта	1	2	-	-	
	Практиче- ское заня- тие	«Конвертирование» данных социологиче- ских исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп в задачи проектной (производственной) дея- тельности в сфере медиа	1	2	-	-	Разноуровневые за- дачи и задания
	Практиче- ское заня- тие	Потенциальная реакция целевой аудитории на мультимедийный медиапродукт как фак- тор влияния на выбор жанра и (или) формата медиапродукта	1	2	-	-	Разноуровневые за- дачи и задания
Модуль II. Жанры и форматы мультиме- дийной	Лекция	Мультимедийность как реализация воз- можностей конвергенции СМИ на цифро- вой платформе. Мультимедийная журнали- стика как тип массово-медийной практики	1	2	-	-	

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наимено- вание оценочного средства)
журнали- стики как коммуника- тивный ре- сурс медиа- текстов (ме- диапродук- тов)	Лекция	Жанр как категория медиатекста. Жанры мультимедийной журналистики	1	2	-	-	
	Лекция	Жанровые процессы в мультимедийной журналистике. Влияние потребностей об- щества и интересов целевой аудитории на жанровые процессы мультимедийной жур- налистики	1	2	-	-	Вопросы к зачету Доклады и сообще- ния
	Лекция	Формат как медиакатегория. Мультиме- дийный формат как коммуникативный ре- сурс журналистского текста	1	2	-	-	
	Лекция	Лонгрид как мультимедийный формат журналистского текста: принципы, особен- ности производства, жанровой-форматные характеристики., коммуникативные ре- сурсы. Прогнозирование потенциальной реакции целевой аудитории на различные типы лонгридов	1	2	-	-	
	Лекция	Подформаты мультимедийной журнали- стики: игра, тест, таймлайн, мультимедий- ная история, веб-док, карта-агрегатор и т.д.	1	2	-	-	
	Практиче- ское заня- тие	Процесс подготовки мультимедийных меди- атекстов и (или) медиапродуктов как персо- нально-авторская и коллективная деятель- ность: принципы организации и управления	1	2	-	-	Разноуровневые за- дачи и задания

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наимено- вание оценочного средства)
	Практиче- ское заня- тие	Структурно-функциональный анализ мультимедийного медиатекста (медиапродукта). Авторские стратегии и технологии их реализации в мультимедийном медиатексте.	1	2	-	-	Разноуровневые задачи и задания
	Практиче- ское заня- тие	Управление процессом производства лонгрида определенной тематики: распределение ролей, постановка задач, технологические циклы производства	1	2	-	-	Ролевая игра
	Практиче- ское заня- тие	Подготовка материала повышенной сложности в мультимедийном формате	1	2	-	-	Разноуровневые задачи и задания
	Практиче- ское заня- тие	Лонгрид как формат мультимедийного журналистского медиапродукта: идейно-тематические, функциональные, жанрово-стилистические характеристики	1	2	-	-	Разноуровневые задачи и задания
	Практиче- ское заня- тие	Производство лонгридов конкретной тематики	1	2	-	-	Разноуровневые задачи и задания
	Практиче- ское заня- тие	Производство мультимедийного медиапродукта в одном из подформатов (на выбор)	1	2	-	-	Разноуровневые задачи и задания
Итого:				34	-		

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины основано на принципе практико-ориентированного обучения. Используются образовательные технологии, позволяющие создать условия, необходимые для формирования профессионально-творческих и управленческих компетенций. В основе содержания дисциплины – ориентация на современные тенденции функционирования мультимедийных медиатекстов и медиапродуктов.

Преподавателем используются следующие образовательные технологии.

Технология развития критического мышления:

- лекция-беседа;
- практические занятия с проверкой результатов самостоятельной работы студентов.

Технология проектного обучения:

- практическое занятие с анализом конкретной ситуации.

Интерактивная технология:

- ролевая игра.

6. Методические указания по освоению дисциплины

Важнейшим результатом освоения дисциплины является овладение знаниями о жанрах и форматах мультимедийной журналистики, а также умениями и навыками, необходимыми для самостоятельного или коллективного производства медиаконтента в определенных жанрах и форматах.

Освоение компетенций происходит в несколько этапов: реферативный (изучение и усвоение теоретических знаний о сегменте мультимедийной журналистики), репродуктивный (использование полученных знаний для узнавания объектов изучения в профессиональной практике), исследовательский (анализ результатов чужой профессионально-творческой деятельности, отбор лучших образцов для подражания), творческий (осуществление авторской (коллективной) деятельности по созданию журналистского контента с использованием разнообразных жанров и форматов).

Создание качественного мультимедийного контента требует понимания системы факторов, влияющих на процесс, в первую очередь, потребностей общества, интересов людей и прогнозируемой реакции целевых сегментов аудитории. В связи с этим отдельное внимание в рамках дисциплины уделяется формированию компетенции, необходимой для анализа и интерпретации социологических данных.

Анализ чужих и производство авторских (коллективных) медиатекстов (медиапродуктов) следует осуществлять с учетом всего комплекса факторов:

Функциональные факторы:

- модель коммуникации, цель, функции;
- канал передачи сообщения (технические, знаковые ресурсы платформы размещения контента; «тип», «формат», «технологии», «язык»);
- «агентство медиа» (agency) – источник медийной информации (люди, которые владеют, создают и распространяют медиатексты); дискурсивная личность автора (в публицистическом тексте);
- адресат (социально-психологические характеристики, культурный тезаурус), его коммуникативные ожидания (потребности, интересы), уровень осведомленности, стереотипы;
- пространственно-временной, социально-политический и культурный контекст;
- идея текста – продукт совместной деятельности автора читателя.

Прагматические факторы:

- аудитория, на которую рассчитан текст (по возрасту, полу, образованию, роду занятий и интересам); способы, с помощью которых автор обозначает актуальность текста;

- способы привлечения внимания и поддержания интереса читателя на протяжении всего текста;
- полезность текста как его способность удовлетворить определенные (представить конкретный перечень) потребности аудитории;
- общепольза текста (не вредность никому);
- предполагаемая результативность текста и его социальная роль.

Тип авторства как фактор влияния:

- тип авторской стратегии;
- личные и социальные идеологемы – концепты, утверждаемые в тексте;
- интерпретационная стратегия (смыслы, именование в воздействующей речи, шкала ценностей, ирония);
- именованности (публицистические термины, метафорические модели, ономастические метафоры и ярлыки; публицистические пресуппозиции: фразеологизированные публицистические стандарты, универсальные и этноспецифические наименования);
- приемы скрытой и открытой оценки;
- стилистическая тональность текста как способ воздействия на эмоциональную сферу.

Жанрово-форматный выбор как результат анализа функциональных факторов:

- подформат мультимедийного медиапродукта;
- жанр мультимедийного медиапродукта;
- жанрово-форматная специфика как результат влияния системы факторов.

Для комплексного исследования (самоанализа) медиатекста следует использовать методику структурного анализа:

- выраженность текста: типы знаков, использованные для передачи информации, взаимодействие типов знаков; реализуемые функции текста в зависимости от природы знака;
- способы и приемы отграничения текста – текстовые и графические;
- семантические отношения: тема как единство факта и проблемы, фактическая информационная насыщенность текста в сопоставлении с заявленной темой, информативность в определенной ситуации передачи информации;
- идея текста как результативное достижение творческой задачи (решение проблемы); завершенность (незавершенность) текста: достаточность (недостаточность) информации для достижения целевой установки;
- структурно-стилистические качества текста, используемые для порождения определенной реакции целевой аудитории:
 - приемы достижения ясности, понятности, доступности, декодируемости текста;
 - технологии достижения структурированности текста (логичности, связности, цельности);
 - специфика соотнесенности чувственных ощущений и логических доказательств для демонстрации внутренней логики текста; достаточность аргументации;
 - наличие интертекстуальных включений в текст, их роль, влияние на идею текста;
 - палитра изобразительно-выразительных средств.

7. Оценочные средства

7.1. Паспорт оценочных средств

Семестр	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	ОПК-1	Вопросы к зачету №№ 1-32 Доклады, сообщения Ролевая игра Разноуровневые задачи и задания
1	ОПК-4	Вопросы к зачету №№ 33-40 Разноуровневые задачи и задания

7.2. Типовые задания или иные материалы, необходимые для текущего контроля

7.2.1. Доклады, сообщения (наименование оценочного средства)

Типовой пример задания

Доклады, сообщения по теме «Жанровые процессы в мультимедийной журналистике. Влияние потребностей общества и интересов целевой аудитории на жанровые процессы мультимедийной журналистики».

Тематика докладов

1. Факторы, влияющие на функционирование журналистских жанров в сфере массовой медиакommunikации (краткая характеристика)
2. Детерминанты жанровых стратегий в СМИ
3. Заимствование признаков как жанровый процесс в СМИ
4. Трансформация признаков как жанровый процесс в СМИ
5. Смещение как жанровый процесс в СМИ
6. Унификация, стандартизация как жанровый процесс в СМИ
7. Развитие мультимедийных жанров в СМИ
8. Тенденции развития жанров-гибридов, объединяющих несколько платформ

Краткое описание и регламент выполнения

Студенты выбирают одну из тем на выбор. Готовят доклад для устного выступления. Хронометраж выступления с докладом – не более 10 минут.

Основу доклада составляет компилятивное, либо реферативное изложение теоретических основ проблемы. *Компилятивное изложение* – это подборка материалов из изученной «литературы вопроса», когда автор, систематизируя накопленные знания, относящиеся к разрабатываемой им проблеме, в меру своих творческих способностей создает в своем роде уникальный текст. Приращение знания в этом случае идет именно через сведение известного и позитивно оцениваемого автором, но разбросанного во многих источниках, в новый научный продукт. Нельзя понимать под компилятивным изложением простую сводку «чужих» мыслей и идей и уже тем более плагиат. *Компиляция* – это серьезная аналитическая работа. *Реферативное изложение* – краткое (часто тезисное) представление точек зрения разных ученых по проблеме, своего рода научное обозрение. В докладе может использоваться как форма обзора, предполагающего систематизированное изложение, творческую компиляцию полученных из литературы сведений по заданной теме, так и форма аналитического рассуждения, которая требует критических оценок и суждений автора.

Уровень доклада напрямую зависит от количества и качества используемых научных источников. Концепции ученых должны составлять теоретическую базу доклада и вводиться в

его «тело» в виде цитат. Цитаты могут направлять и подкреплять мысль автора, иллюстрировать тезисы. Цитаты обязательно заключаются в кавычки и передаются точно, без искажения. Большие, громоздкие цитаты считаются недостатком доклада и расцениваются как неумение автора вычленить главную мысль. Поэтому цитируемый текст нужно по возможности сокращать, оставляя только самую важную часть.

Обязательным элементом доклада являются примеры того явления, которое выступает предметом осмысления. Примеры должны быть взяты из актуального медиадискурса.

Жанровые явления современных СМИ могут также выступать «точкой отсчета» рассуждений автора доклада при условии отсутствия теоретических концепций по данному поводу.

Доклад готовится к устному представлению, но оформляется в письменном виде.

Требования к форматированию текста. Текст печатается на принтере на одной стороне стандартного листа белой односторонней бумаги формата А-4. Текст должен быть набран шрифтом Times New Roman, размер – 14 кгл, полуторный интервал, выравнивание по ширине. Абзацный отступ стандартный – 1,25. Поля устанавливаются следующим образом: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм. Страницы считаются, начиная с титульного листа. Номера ставятся со второй страницы снизу, с выключкой по правому краю.

После выступления на занятии студент сдает текст доклада преподавателю.

Доклад сопровождается презентацией, визуализирующей концептуальные положения доклада и примеры из СМИ.

После выступления с докладом студент должен быть готов ответить на вопросы преподавателя и сокурсников.

Критерии оценки:

– оценкой «отлично» оценивается доклад, в котором тема концептуально раскрыта на теоретическом уровне, все выводы и положения подкреплены, доказаны примерами из актуальной практики СМИ; студент продемонстрировал глубину и основательность знаний по выбранной теме, свободное владение материалом, грамотное обращение к источникам научной и учебно-методической информации, привел правильные и точные определения терминов и понятий, компетентно затронул смежные вопросы; доказал свою компетентность в вопросах функционирования и тенденций развития жанров в СМИ; уверенно представил доклад; ответил на все уточняющие и проблематизирующие вопросы; сумел передать аудитории все необходимые смыслы;

– «хорошо» ставится студенту, если в докладе...он продемонстрировал глубину теоретических знаний, грамотно использовал примеры из журналистской практики, доказывающие (иллюстрирующие) теоретические положения; но допустил незначительные ошибки в определении понятий, не раскрыл второстепенные аспекты темы; при этом студент уверенно представил доклад; ответил на все уточняющие и проблематизирующие вопросы; сумел передать аудитории все необходимые смыслы;

– «удовлетворительно» ставится за компилятивный характер доклада, при отсутствии концептуальных обобщений, а также примеров из журналистской практики, доказывающих теоретические положения; за ошибки в определении понятий; если студент не сумел донести до аудитории все необходимые смыслы, не сумел наладить диалог со слушателями и породить у них интерес к докладу;

– «неудовлетворительно» ставится в случае отсутствия доклада, либо за его поверхностный, компилятивный характер, отсутствие примеров из современного дискурса СМИ, за спутанное представление доклада перед сокурсниками, неумение четко и по существу отвечать на вопросы аудитории.

Типовой пример задания

Ролевая игра «Заседание творческой группы, разрабатывающей концепцию журналистского мультимедийного медиатекста (медиапроекта)»

Краткое описание и регламент выполнения

Задание на игру: организовать и провести заседание творческой группы, перед которой поставлена задача предложить идею мультимедийного медиапродукта социальной направленности и реализовать ее в конкретные сроки на платформе конкретного СМИ.

Для этого необходимо:

- сформировать мобильную творческую группу;
- выбрать руководителя;
- предложить и утвердить идею проекта;
- разработать содержательную и мультимедийную концепцию медиапроекта на основе результатов анализа и интерпретации социологических данных о потребностях общества, об интересах людей и опираясь на прогнозы возможной реакции аудитории на содержание и форму проекта;
- распределить роли и обязанности членов группы в проекте;
- разработать регламент и сроки производства медиапроекта;
- выработать критерии оценки качества проекта.

Сценарий «ролевой игры»:

1. Знакомство членов группы между собой.
2. Выбор руководителя (лидера, продюсера) группы.
3. Мозговой штурм – генерирование и аргументирование идеи проекта.
4. Обсуждение концепции проекта под руководством продюсера:
 - Анализ социальной ситуации, интерпретация данных о потребностях, интересах, ожиданиях различных целевых групп – выбор проблемы и целевой аудитории.
 - Определение функций, цели и задач медиапроекта.
 - Формулировка темы медиапроекта и его смысловых концептов.
 - Выбор жанра и формата (подформата) представления медиапроекта.
 - Создание мультимедийного сценария медиапроекта.
5. Распределение ролей:
 - редактор-продюсер – организует процесс производства медиапроекта, ставит задачи перед конкретными исполнителями; следит за соблюдением дедлайнов, технологического регламента; обеспечивает соответствие медиапроекта утвержденной концепции;
 - ньюсмейкеры и скрипторы – отвечают за поиск обработку и представление информации в виде текста;
 - корректор – обеспечивает грамотность предъявления информации;
 - редактор(ы) мультимедийного контента – подбирает, проверяет, упаковывает в нужную форму фото-, аудио-, видео- и иллюстративный контент;
 - дизайнер – отвечает за эстетическое оформление медиапроекта.
6. Реализация профессиональных задач в соответствии с ролью:
 - развитие идеи проекта в сегменте своей роли;
 - формулирование ключевых показателей;
 - разработка мероприятий по их достижению.

Ожидаемый результат: развитие у студентов умения работать в коллективе, перед которым поставлена творческая задача по генерированию и реализации идеи мультимедийного

проекта. Идея проекта сгенерирована, разработана программа ее реализации. Подготовлена концепция.

Игра проводится в течение нескольких занятий и представляет собой совместную деятельность группы обучающихся под управлением выбранного лидера, направленную на разработку и последующую реализацию профессионально-творческой задачи.

Преподаватель наблюдает за активностью студента на каждом этапе игры, оценивает полезность идей и предложений, внесенных им при разработке проекта, конструктивность решений, принятых им в процессе деятельности.

Критерии оценки:

- «отлично» ставится за активное и конструктивное участие в игре, выполнение задач в соответствии с функционалом полученной роли, продемонстрированное в ходе игры умение анализировать ситуацию и решать профессиональные задачи;
- «хорошо» ставится за активное участие в игре, продемонстрированное умение решать конкретные профессиональные задачи, но не полное выполнение функционала полученной роли;
- «удовлетворительно» ставится за участие в игре на этапе генерирования идеи, но пассивность в полученной роли; неконструктивное решение профессиональных задач;
- «неудовлетворительно» ставится при пассивном поведении на всех этапах игры.

7.2.3. Разноуровневые задачи и задания

(наименование оценочного средства)

Типовой пример задания репродуктивного типа

На основе интерпретации данных социологических исследований о потребностях, интересах и специфике потребительских привычек студенчества предложить пул форматов мультимедийных материалов, адекватных информационным ожиданиям целевой аудитории.

Краткое описание и регламент выполнения

Студентам предлагается провести мониторинг сайтов фондов общественного мнения, выделить те данные, которые характеризуют целевую аудиторию и, основываясь на результатах, сформулировать сущность информационных ожиданий студенчества.

Выделить те подформаты мультимедийного текста, которые могут быть востребованы целевой аудиторией в определенных познавательных и коммуникативных ситуациях.

Типовой пример задания реконструктивного типа

Разработать концепцию материала повышенной сложности в мультимедийном формате (или развернутый план-структуру материала) для молодежного сетевого СМИ.

Краткое описание и регламент выполнения

- основываясь на мониторинге фактов и явлений современной действительности, выявите социальное противоречие, которое можно представить как проблему, требующую разрешения; докажите реальное существование проблемы с помощью аргументов и фактов; ориентируйтесь при выборе проблемы на типологические характеристики и концепцию молодежного медиахолдинга ТГУ;
- докажите соответствие выбранной проблемы концепции и целевой аудитории сайта медиахолдинга;
- разработайте и опишите программу познавательной деятельности по изучению проблемы;
- проведите исследование проблемы, используя типы источников информации и методы, адекватные ее содержанию;

- подготовьте сценарий разработки содержания проблемно-постановочного материала, выбрав адекватный творческой задаче жанр и формат мультимедийной журналистики;
- подготовьте визуальный план разработки материала в мультимедийном формате.

Критерии оценки:

- «отлично» ставится, если студентом задание выполнено в полном объеме; полученный результат демонстрирует достижение поставленной задачи; студент доказал устойчивость знаний и сформированность профессиональных умений;
- «хорошо»: студентом допущены негрубые ошибки при выполнении задания (не учтен какой-либо фактор; не аргументировано определенное суждение или действие и т.п.);
- «удовлетворительно»: студентом выполнено задание, но допущены грубые ошибки;
- «неудовлетворительно»: задание не выполнено.

Типовой пример задания творческого типа

Подготовить материал в формате лонгрида (либо подробную, упакованную с помощью адекватной программы текстовую и мультимедийную раскадровку (storyboard) лонгрида) // Подготовьте журналистский таймлайн о динамике развития социальной проблемы для сетевого издания молодежного медиахолдинга ТГУ.

Краткое описание и регламент выполнения

При выполнении задания необходимо следовать технологии и процессуальному регламенту подготовки мультимедийного материала, освоенным в процессе коллективной работы (ролевой игры). Для мультимедийной «упаковки» контента требуется выбрать программу (платформу, сервис), позволяющую добиться нужного результата (данные умения сформированы в рамках освоения программы дисциплины «Мультимедийные инструменты, платформы и сервисы визуализации контента»).

Критерии оценки:

- «отлично»: студентом подготовлен и упакован с помощью одной из бесплатных платформ (программ) качественный лонгрид (тайм-лайн), отвечающий требованиям, предъявляемым к массовой журналистской информации, соответствующий концепции молодежного медиахолдинга ТГУ, реализующий познавательную, просветительскую и развлекательную функции; интересный для целевой аудитории, соответствующий ее информационным привычкам, использующий все возможные мультимедийные ресурсы визуализации информации;
- «хорошо»: студентом подготовлен и упакован с помощью одной из бесплатных платформ (программ) лонгрид (тайм-лайн), отвечающий требованиям, предъявляемым к массовой журналистской информации, соответствующий концепции молодежного медиахолдинга ТГУ, реализующий познавательную, просветительскую и развлекательную функции; интересный для целевой аудитории холдинга, но скудно использующий мультимедийные ресурсы визуализации информации;
- «удовлетворительно»: студентом разработана концепция лонгрида (тайм-лайна) и его сценарий, но она не реализована в качестве завершенного медиатекста;
- «неудовлетворительно»: лонгрид (тайм-лайн) не подготовлен, концепция отсутствует, либо не соответствует требованиям, предъявляемым к журналистскому мультимедийному материалу.

7.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.3.1. Вопросы к промежуточной аттестации

Семестр: 1

№ п/п	Вопросы к зачету
	1. Жанр как категория: история и условия возникновения жанров в искусстве
	2. Жанр как категория журналистского текста: генезис и факторы возникновения
	3. Жанр как форма закрепления познавательных операций
	4. Жанр как форма решения коммуникативных задач
	5. Жанр как категория журналистского текста: определения понятия, классификации
	6. Жанр как категория журналистского текста: методика жанрообразования и жанроописания
	7. Медиа́текст: определение понятия. Научные концепции
	8. Медиа́текст: специфика сущностных признаков
	9. Мультимедийный медиа́текст: определение понятия. Специфические черты
	10. Факторы, влияющие на функционирование журналистских жанров в сфере массовой медиакommunikации (краткая характеристика)
	11. Детерминанты жанровых стратегий в СМИ
	12. Заимствование признаков как жанровый процесс в СМИ
	13. Трансформация признаков как жанровый процесс в СМИ
	14. Смешение как жанровый процесс в СМИ
	15. Унификация, стандартизация как жанровый процесс в СМИ
	16. Развитие мультимедийных жанров в СМИ
	17. Тенденции развития жанров-гибридов, объединяющих несколько платформ
	18. Понятие «формат» в сфере СМИ и массмедиа
	19. Причины возникновения и развития форматов в СМИ и массмедиа
	20. Жанр и формат: соотношение понятий
	21. Жанровое форматирование как тренд развития СМИ
	22. Специфика мультимедийного формата в СМИ. Структурно-функциональный анализ мультимедийного медиа́текста (медиа́продукта).
	23. Формат инфотейнмента в СМИ: специфика развития
	24. Формат сторителлинга в СМИ: специфика развития
	25. Спецпроект как тип медиа́текста. Тематика, типологии, функции
	26. Форматы спецпроектов в СМИ: краткая характеристика
	27. Игровой формат в мультимедийной журналистике
	28. Тайм-лайн как формат мультимедийной журналистики
	29. Веб-док как формат мультимедийной журналистики
	30. Лонгрид как формат мультимедийного медиа́текста: конкурентные преимущества и обязательные требования

№ п/п	Вопросы к зачету
	31. Лонгрид как формат мультимедийного медиатекста: жанровая палитра, технология подготовки
	32. Авторские стратегии и технологии их реализации в мультимедийном медиатексте. Формат сторителлинга в мультимедийной журналистике
	33. Процесс подготовки мультимедийных медиатекстов и (или) медиапродуктов как персонально-авторская и коллективная деятельность: принципы организации и управления
	34. Управление процессом производства лонгрида определенной тематики: распределение ролей, постановка задач, технологические циклы производства
	35. Технологический процесс подготовки материала повышенной сложности в мультимедийном формате
	36. Источники и методы обработки и интерпретации данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп
	37. Потребности общества и интересы аудитории как факторы производства мультимедийных продуктов.
	38. Потенциальная реакция целевой аудитории как жанрово-форматный, идейно-тематический и структурно-стилистический фактор мультимедийного медиапродукта
	39. «Конвертирование» данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп в задачи проектной (производственной) деятельности в сфере медиа
	40. Потенциальная реакция целевой аудитории на мультимедийный медиапродукт как фактор влияния на выбор жанра и (или) формата медиапродукта

7.3.2. Критерии и нормы оценки

Семестр	Форма проведения промежуточной аттестации	Критерии и нормы оценки	
1	Зачет (устно)	«Зачтено»	<p><i>В течение семестра:</i> Участие в ролевой игре. Подготовка не менее одного доклада. Обязательное выполнение всех разноуровневых заданий на оценку не ниже «удовлетворительно».</p> <p><i>На зачете:</i> Развернутые ответы на два вопроса: глубина раскрытия темы, полнота, точность определения терминов и понятий, правильность примеров из журналистской практики, доказывающих (иллюстрирующих) теоретические положения; ответы на дополнительные вопросы, демонстрирующие свободное владение материалом; знание источников научной и</p>

Семестр	Форма проведения промежуточной аттестации	Критерии и нормы оценки	
			<p>учебно-методической информации; а также понимание потребностей общества и интересов аудитории, готовность прогнозирования спроса на медиатексты.</p> <p>Возможны незначительные ошибки в определении понятий, отсутствие в ответе описаний второстепенных аспектов темы. При условии отсутствия ответа на один вопрос студент должен продемонстрировать глубокое владение темой, знание состояния современной практики массмедиа, все учебные задания должны быть выполнены на положительную оценку</p>
		«Не зачтено»	<p><i>В течение семестра:</i> Студент отсутствовал на ролевой игре, не подготовил ни одного доклада, не выполнил разноуровневые задания либо получил оценку «неудовлетворительно».</p> <p><i>На зачете:</i> Студент ответил на два вопроса, но допустил грубые ошибки в раскрытии темы, не привел подтверждающие примеры; либо ответил только на один вопрос, при этом не продемонстрировал достаточный уровень знаний и понимания процессов в массмедиа</p>

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Обязательная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
		Информация и общественное мнение: От репортажа в СМИ к реальным переменам	Учебное пособие	2016	Электронно-библиотечная система "IPRbooks"
	Бобров А. А.	Общество и человек. Журналистика в социально-культурной сфере	Учебное пособие	2017	Электронно-библиотечная система "IPRbooks"
	Дзялошинский И. М.	Современное медиапространство России	Учебное пособие	2017	Электронно-библиотечная система "IPRbooks"
		Современный медиахолдинг: формы существования и проблемы институционализации: Коллективная монография / Отв. ред. Б.Я. Мисонжников	Коллективная монография	2018	Электронно-библиотечная система «Лань»
	Козырев Г. И.	Социология общественного мнения: образ врага в истории, теории и общественном сознании	Учебное пособие	2020	Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
	Кульчицкая Д. Ю. Галустян А.А.	Лонгриды в онлайн-СМИ [Электронный ресурс] : особенности и технология создания	Учебное пособие	2016	Электронно-библиотечная система "IPRbooks"

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
	Олешко Е. В.	Конвергентная журналистика : Профессиональная культура субъектов информационной деятельности	Учебное пособие	2017	Электронно-библиотечная система «Лань»
	Олешко Е. В.	Конвергентная журналистика : Профессиональная культура субъектов информационной деятельности	Учебное пособие	2016	3

8.2. Дополнительная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
	Бакулев Г. П.	Конвергенция медиа и журналистика	Практическое пособие	2002	1
	Евдокимов В. А.	Массмедиа в социокультурном пространстве	Учебное пособие	2014	Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
	Иванова Л. В.	Жанры аналитической журналистики	Электронное учебно-методическое пособие	2020	Репозиторий ТГУ
	Катунин Г. П.	Основы работы с мультимедийной информацией в программах Apple	Монография	2017	Электронно-библиотечная система "IPRbooks"
	Стариков А. Г.	Масс-медиа современной России	Учебное пособие	2013	4

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
	Тертычный А. А.	Аналитическая журналистика	Учебное пособие	2013	10
	Хорольский В. В.	Медийность текстов в средствах массовой коммуникации	Монография	2015	Электронно-библиотечная система «Лань»

8.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Cambridge university press [Электронный ресурс] : журналы издательства. – Cambridge : Cambridge university press, 2018. – Режим доступа: <https://www.cambridge.org/> – англ. с экрана. – Яз. англ.
2. Elibrary [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Москва: НЭБ, 2000. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
3. NEICON [Электронный ресурс] : электронная информация : архив научных журналов. – Москва : НЭИКОН, 2002. – Режим доступа: <https://arch.neicon.ru/xmlui/>. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
4. Scopus [Электронный ресурс] : реферативная база данных. – Netherlands: Elsevier, 2004. – Режим доступа: <https://www.scopus.com/>. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
5. Springer Link [Электронный ресурс] : [база данных]. – Switzerland : Springer Nature, 1842. – Режим доступа: <https://link.springer.com/> – Загл. с экрана. – Яз. англ.
6. Web of Science [Электронный ресурс] : мультидисциплинарная реферативная база данных. – Philadelphia : Clarivate Analytics, 2016. – Режим доступа : <https://login.webofknowledge.com/error/Error?Src=IP&Alias=WOK5&Error=IPError&Params=%26Error%3DClient.NullSessionID&PathInfo=%2F&RouterURL=https%3A%2F%2Fwww.webofknowledge.com%2F&Domain=.webofknowledge.com.> – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
7. Всероссийский центр изучения общественного мнения [Электронный ресурс]: база данных. – Режим доступа: <https://wciom.ru/database/>
8. КиберЛенинка: научная электронная библиотека открытого доступа. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/about>
9. Медиалогия [Электронный ресурс]: автоматическая система мониторинга и анализа СМИ и соцмедиа. – Режим доступа: <https://www.mlg.ru/>
10. Яндекс.Новости [Электронный ресурс] : служба автоматической обработки и систематизации новостей. – Режим доступа: <https://yandex.ru/news/smi>

Научно-профессиональные издания

1. Акценты : альманах факультета журналистики Воронежского государственного университета. – Режим доступа: <http://jour.vsu.ru/izdaniya/zhurnaly-izdaniya/>
2. Вестник Воронежского государственного университета Серия: «Филология. Журналистика» [Электронный ресурс] : научный журнал Воронежского государственного университета – Режим доступа: <http://jour.vsu.ru/izdaniya/zhurnaly-izdaniya/>
3. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика : научный журнал. – Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/>
4. Вестник электронных и печатных СМИ : профессиональный журнал. – Режим доступа: <http://www.ipk.ru/nauka/vestnik-smi/archive>
5. Журналист: ежемесячный журнал для профессионалов. – Режим доступа: www.journalist-virt.ru/
6. Меди@льманах : некоммерческое академическое издание. – Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/science/pub/media-almanac/>
7. Медиаскоп : электронный продолжающийся научный журнал факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/>

8.4. Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование ПО	Реквизиты договора (дата, номер, срок действия)
	Windows	Договор № 690 от 19.05.2015г., срок действия - бессрочно

№ п/п	Наименование ПО	Реквизиты договора (дата, номер, срок действия)
	Office Standart	Договор № 690 от 19.05.2015г., срок действия - бессрочно; Договор № 727 от 20.07.2016г., срок действия - бессрочно

8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий, помещений для самостоятельной работы обучающихся (номер аудитории)	Перечень основного оборудования
	УЛК-601 Компьютерный класс. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для проведения лабораторных работ. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций. Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации	Доска аудиторная (меловая). Доска маркерная. Столы ученические двухместные, стулья ученические, ПК
	Г-401 Компьютерный класс. Помещение для самостоятельной работы. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций. Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации	Столы ученические, стулья ученические, ПК с выходом в сеть Интернет