

Учреждение образования
«Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина»

С. С. Клундук

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МЕДИА

Электронный учебно-методический комплекс для студентов
специальности 1-23 01 07 Информация и коммуникация

Брест. 2024

УДК 070.1:004.032.6(075.8)
ББК 76.002я73К51

*Рекомендовано редакционно-издательским советом учреждения образования
«Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина»*

Рецензенты:
кафедра журналистики УО «Гродненский государственный
университет имени Янки Купалы»

доцент кафедры белорусского и русского языкознания УО «Брестский
государственный университет имени А.С. Пушкина»,
кандидат филологических наук, доцент
Н.Р. Якубук

Клундук, С.С.

Современные технологии медиа [Электронный ресурс] : электронный учеб.-метод. комплекс / автор-сост. С.С. Клундук ; Брестск. гос. ун-т имени А.С. Пушкина, каф. белорусского и русского литературоведения и журналистики. – Брест : Изд-во БрГУ, 2024. – URL:

Электронный учебно-методический комплекс разработан согласно требований образовательных стандартов высшего образования для студентов 1-23 01 07 Информация и коммуникация. Включает содержание программного учебного материала, теоретический курс, планы практических занятий, контрольную работу, вопросы к экзамену, также предлагается список рекомендуемой литературы, который поможет обучающимся ориентироваться в источниках информации по предмету.

Адресуется студентам гуманитарных специальностей общего высшего образования дневной формы обучения.

Разработано в формате pdf.

УДК 070.1:004.032.6(075.8)
ББК 76.002я73

Текстовое учебное электронное издание

Системные требования: тип браузера и версия любые; скорость подключения к информационно-телекоммуникационным сетям любая; дополнения к браузеру не требуются.

© УО «Брестский государственный университет
имени А.С. Пушкина», 2024

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Содержание учебного материала	7
Примерный тематический план	19
Теоретический курс	20
Тема 1. Технологии массмедиа и коммуникативные технологии.....	20
Тема 2. Становление информационного общества и мир коммуникации.....	21
Тема 3. Концептуализация новых медиа.....	22
Тема 4. Современные подходы к организации работы редакции газеты.....	23
Тема 5. Телевидение в эпоху глобализма.....	24
Тема 6. Журналистика и Интернет.....	25
Тема 7. Блоги в системе массовых коммуникаций.....	26
Тема 8. Источники информации для современных массмедиа.....	27
Тема 9. Специфика современных массмедиа.....	28
Тема 10. Актуальные жанры современной газетно-журнальной журналистики.....	29
Тема 11. Своеобразие жанров теле-, радио- и веб-журналистики.....	30
Планы практических занятий	31
Практическое занятие 1. Технологии массмедиа и коммуникативные технологии.....	31
Практическое занятие 2. Становление информационного общества и мир коммуникации.....	32
Практическое занятие 3. Концептуализация новых медиа.....	33
Практическое занятие 4. Современные подходы к организации работы редакции газеты.....	34
Практическое занятие 5. Телевидение в эпоху глобализма.....	35
Практическое занятие 6. Журналистика и интернет.....	36
Практическое занятие 7. Блоги в системе массовых коммуникаций.....	37
Практическое занятие 8. Источники информации для современных массмедиа.....	38
Практическое занятие 9. Специфика современных массмедиа.....	39
Практическое занятие 10. Специфика современных массмедиа.....	40
Практическое занятие 11. Актуальные жанры современной газетно-журнальной журналистики.....	41
Практическое занятие 12. Актуальные жанры современной газетно-журнальной журналистики.....	42
Практическое занятие 13. Своеобразие жанров теле-, радио- и веб-журналистики.....	43
Практическое занятие 14. Своеобразие жанров теле-, радио- и веб-журналистики.....	44
Контрольная работа	45
Вопросы к экзамену	46
Список рекомендуемой литературы	49

[К содержанию](#)

ВВЕДЕНИЕ

Данное издание представляет собой электронный учебно-методический комплекс по дисциплине «Современные технологии медиа», которая преподается студентам 2 курса специальности 1-23 01 07 Информация и коммуникация дневной формы получения высшего образования.

Учебно-методический комплекс «Современные технологии медиа» составлен в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования по специальности 1-23 01 07 Информация и коммуникация, учебных планов учреждения высшего образования по специальности 1-23 01 07 Информация и коммуникация и учебной программы «Современные технологии медиа» по специальности 1-23 01 07 Информация и коммуникация.

Учебная дисциплина «Современные технологии медиа» входит в состав модуля «Медиа технологии» цикла дисциплин государственного компонента. «Современные технологии медиа» как учебная дисциплина государственного компонента в цикле общенаучных и общепрофессиональных учебных дисциплин определяется предметом ее исследования, которым являются основные теории и концепции медиалогии, которые сложились и утвердились в последние десятилетия. При рассмотрении указанного предмета внимание акцентируется на наиболее принципиальных этапных вехах эволюции медиальных технологий современности и концептуализации новых медиа, которые понуждают пересматривать всю систему понятий и дефиниций, сложившуюся при изучении традиционных средств массовой коммуникации.

Учебная дисциплина «Современные технологии медиа» ориентирована на то, чтобы отслеживать все более выраженные различия между традиционными и актуальными представлениями о теоретических концепциях и практических основах современной журналистики и медиавистики. Данная дисциплина является значимой опорной составляющей профессиональной подготовки для специалистов в области информации и коммуникации, поскольку знание базовых технологий функционирования современных массмедиа для будущих специалистов является одним из важнейших условий их эффективной работы в медиальной системе второго десятилетия нынешнего столетия.

В ходе освоения содержания учебной дисциплины студент должен приобрести не только практические знания, умения и навыки по специальности, но и развить свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового

к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

Требования к уровню усвоения содержания дисциплины

Студент должен

знать:

- основные понятия и базовые установки, обеспечивающие понимание различных процессов массовой коммуникации;
- основные этапы и тенденции развития массмедиальной системы;
- важнейшие теории и модели медиавистики;
- передовые технологии и ноу-хау в области массмедиа;

уметь:

- применять освоенные знания на практике;
- осмысливать основные проблемные вопросы развития массмедиа;
- использовать наиболее целесообразные и эффективные технологии и ноу-хау в профессиональном становлении ближайшей перспективы;
- определять целесообразность употребления тех или иных коммуникативных действий;

владеть:

- навыками работы с различными видами массмедиальной информации с помощью компьютера и других средств информационных и коммуникационных технологий;
- методами и средствами организации информационной деятельности в массмедиа и планирования ее результатов.
- принципами актуализации воспитательного потенциала информационно-коммуникационной деятельности в массмедиа.

Освоение учебной программы по учебной дисциплине «Современные технологии медиа» должно обеспечить формирование компетенций, согласно которым студент должен владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации; создавать востребованные медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты; использовать знания особенностей инноваций и создавать креативные рекламные обращения к потребителям товаров и услуг.

Дисциплина изучается обучающимися дневной формы получения образования на 2 курсе в 4 семестре.

На изучение дисциплины отводится 110 часов, в том числе 52 аудиторных часа, из них: 24 часа – лекции, 28 часов – практические занятия. Форма контроля – экзамен (4 семестр).

Цель настоящего пособия направлена на методическое обеспечение изучения дисциплины, ориентированной на формирование у студентов системы знаний о теоретических и практических основах медиалогии в их

историческом развитии, компетенций, связанных с эффективным использованием системы знаний о категориально-понятийном аппарате современных технологий массмедиа.

Электронный учебно-методический комплекс содержит раздел «Теоретический курс», в котором в соответствии с программой дисциплины и тематическим планом размещены основные вопросы к лекции, а также литература для подготовки. Также ЭУМК включает планы практических занятий, конкретные вопросы для обсуждения и задания для закрепления теоретических знаний. В комплексе содержится контрольная работа, а также вопросы к экзамену. В издании предлагается список рекомендованной литературы, который ориентирует обучающихся в источниках информации по дисциплине.

Предлагаемое пособие может быть использовано преподавателями, студентами специальности 1-23 01 07 Информация и коммуникация на лекционных и практических занятиях, при проведении спецкурсов и спецсеминаров, написании курсовых и дипломных работ.

Рекомендации по использованию ЭУМК «Современные технологии медиа». Данный УМК создан в формате PDF, состоит из ряда блоков, связанных между собой. Для его использования достаточно иметь компьютер с базовыми настройками операционной системы.

Последовательность изучения материала определяется тематическим планом. В разделе «Планы практических занятий» темы занятий предоставляются в той последовательности, в которой студент должен к ним готовиться.

[К содержанию](#)

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Технологии массмедиа и коммуникативные технологии.

Цель и задачи дисциплины, структура и основные понятия.

Средства массовой информации, средства массовой коммуникации, средства массовой пропаганды, средства массового общения. Каналы и медиа. Основные особенности массовой коммуникации в традиционном понимании. Отличительные черты масскоммуникационного процесса XXI в.

Печатные СМИ: испытание временем. Кризис классической модели средств массовой информации. Современные средства коммуникации: совершенствование без предела. Журналист-агрегатор и специалист по персонализированному медиа – в списках самых востребованных профессий ближайшего десятилетия. Профессии, «ломающие» психику, и «самые опасные» профессии.

Техника и технология. Технология в коммуникационной науке. Технологии массмедиа и коммуникативные технологии. Развитие массмедиа технологий: изменение медийных технологий, медийного формата и медийного жанра.

Тема 2. Становление информационного общества и мир коммуникации. Понятие и основные признаки информационного общества. Появление и развитие языка как следствие необходимости обмена информацией в первобытном обществе. Протописьменный период (письмо на глиняных табличках IV-III тысячелетий до н.э. в Нижней Месопотамии, египетское письмо на стенах внутренних помещений пирамид и храмов в эпоху Древнего царства).

Информационные революции. Изобретение письменности как возможность точной и полной передачи знаний от поколения к поколению. Клинописные таблички II-I тыс. до н.э. (шумеров и их соседей). Три разновидности древнейшей в мире египетской системы письма: иероглифическое, иератическое и демотическое письмо. Значение изобретения письменности. Изобретение технологии изготовления бумаги в Древнем Китае. Изобретение технологии книгопечатания в Китае и Корее (XIII в.) и Германии (XV в.). Начало эры Гуттенберга. Идея и история возникновения периодических изданий через призму происхождения слова «газета». Рукописные прообразы газет в Древнем Риме и Китае. «Relation: aller fumemmen» и «Avisa Relation oder Zeitung» — первые из печатных периодических изданий в мире. Старейшие газеты. Изобретение электричества как предпосылка для оперативной передачи и накопления информации в любом объеме. Внедрение радио- и телевидения – рождение

триумvirата. Первый компьютер ENIAC как предтеча новой технологической революции, изменившей облик цивилизации. Фундаментальные инновации информационные коммуникации: переход от механических и электрических средств преобразования информации к электронным; миниатюризация всех узлов, устройств, приборов, машин; создание программно-управляемых устройств и процессов. Информационные технологии как совокупность методов, отвечающих за сбор, хранение, обработку и распространение информации с помощью различных программно-технических средств. Формы развития IT: ручные, механические, электрические, электронные, компьютерные.

Философия информационной революции и «взрыв коммуникации». Информационная культура. Информационные ресурсы и информационный продукт. Рынок информационных продуктов и услуг. Поставщики и потребители информационных продуктов и услуг. Секторы рынка информационных продуктов и услуг: деловая информация, информация для специалистов, потребительская информация, услуги образования, сектор обеспечения информационных систем и средств.

Трансформация традиционных форм социальной и массовой коммуникации. Философия медиа. Media как средство, посредник. Коммуникация: эволюция представлений в последние века. Современные массмедиа как итог слияния средств информации и средств коммуникации. Манифест Дэна Гиллмора «Мы, медиа». Наследие Герберта М, Маклюэна. «Галактика Гутенберга: Становление человека печатающего» (1962), «Понимание медиа: Внешние расширения человека» (1964), «Медиа – это и есть сообщение: Перечень последствий» (1967). Коллаж (мозаика) как основная форма подачи информации в современных массмедиа. «Галактика Гутенберга»: этапы развития цивилизации. Первобытная дописьменная культура. Письменно-печатная культура («галактика Гутенберга»). Современный этап «глобальной деревни». Восприятие реальности по образцам (стереотипам). Медиа влияют на общество в первую очередь не своим содержанием, а теми характеристиками, которые отличают это конкретное СМИ от всех иных – главный тезис фундаментальной работы Г.М. Маклюэна «The Medium is the Message». Перформативный характер современных коммуникаций.

Медиареальность «человека играющего». Феномен медиареальности. Отношение «медиареальности» и объективной реальности. Структура медиареальности. Осуществление медиареальности: «коммуникация отсутствия» (медиа) и «коммуникация присутствия» (живое общение). Попытка преодоления «коммуникации отсутствия» в новых медиа с их формами интерактивного и прямого общения. Восхождение к более

высоким формам культуры через игровые инстинкты, присущие человеческой природе. Homo ludens. Пять характеристик игры.

Тема 3. Концептуализация новых медиа. Теории, концепции и современные тенденции в массовой коммуникации. Становление новых средств массовой коммуникации. Концепции информационной эпохи. Концепция «интерактивного общества».

Торонтская школа. Центральная роль средств коммуникации в процессах социальной коммуникации. Г. Иннис и М. Маклюэн, выражающие квинтэссенцию этого подхода: «средство коммуникации и есть сообщение». Тезис о том, что средства коммуникации способствуют определенным видам коммуникации и препятствуют другим.

Примат информации. Новые медиа: попытка определения, основные отличия и иные важные характеристики. Глобализация и новые медиа. Образование виртуальных сообществ в онлайн-режиме и их функционирование в качестве саморегулирующихся сетей независимо от географических и социальных границ. Превращение онлайн-личности индивида в его второе «я». Новые медиа и их содействие образованию связей между людьми со схожими интересами. Новые медиа как инструмент социальных изменений. Новые медиа – порождение компьютерных сетей, Интернета, цифровых систем хранения и передачи данных, конвергенции различных средств коммуникации. Три типа коммуникаций посредством медиа: межперсональные медиа (по типу one-to-one «один одному»), массмедиа (one-to-many «один многим»), новые медиа (по типу many-to-many «многие многим»). Новые медиа/web 2.0. Основной принцип web-а 2.0 – «использование коллективного разума». «Опоры» web-а 2.0: ссылки, формат RSS, ссылки на конкретные записи других пользователей, «живой журнал», информационные потоки, рейтинги и каталоги, опросы. Главные отличия новых медиа от межперсональных медиа (one-to-one) и массмедиа (one-to-many). Интегрирующая и креативная роль новых медиа. «Близкие» термины, в контекстах – иногда синонимы: «массмедиа» (Mass Media) или СМИ («старые» медиа: традиционные средства массовой информации, т.е. телевидение, радио, газеты, журналы, кино, видео), «мультимедиа» (multimedia), «компьютеро-опосредованные коммуникации», «гипермедиа» (hypermedia). Критика новых медиа. Возможности для тотального контроля. Концепции информационной перегрузки и болезненного пристрастия к информации. Развитие технических средств – ускорение циркуляции информации – рост дисбаланса между объемом предложенной информации и тем объемом, который может усвоить человек. Исследования новых медиа, Новые подходы. Особенности аудитории многоканальной медиасреды. Журналистика в контексте новых медиа. Журналистика «сиюминутности». Онлайн-журналистика.

Тема 4. Современные подходы к организации работы редакции газеты. Современный императив: переход от текстового содержания к мультимедийному. Конвергенция медиа: основные понятия и тенденции. На пороге «конвергентного скачка» и перехода к мультимедиа. Конвергенция как слияние технологий, объединение прежде различных и разобщенных медиа и интеграция рынков. Цифровое представление различных типов информации - текстовой, графической, аудио- и видеоинформации, а также использование единых стандартов и протоколов для ее распространения как основа конвергенции медиа.

Процессы, влияющие на тенденции развития современных массмедиа. Глобализация медиа как процесс преодоления географических границ для распространения текстовой, аудио, видеоинформации посредством трех технологических инноваций: спутниковой связи, компьютерных сетей, цифрового кодирования текста, звука, изображения. Конгломерация медиа как процесс слияния и приобретения нескольких видов средств массовой информации и концентрация большинства из них в руках небольшого количества владельцев. Демассовизация медиа как тенденция к охвату медиа конкретной целевой аудитории, а не всей возможной. Конвергенция медиа как процесс слияния, интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс. Сопровождающие конвергенцию медиатренды. Создание мультимедийного продукта как единой информационной системы, в основе которой оперирует несколько типов медиа, чьи информационные продукты частично или полностью проникают друг в друга. Формирование «новых медиа» с их новыми возможностями для распространения информационного продукта (аудио-, видеоинформации, текста, изображений, графики) и изменением модели «один-многим» на модель «многие-многим». Переосмысление понятия «содержание медиа»: информация доходит до потребителя именно в том формате, в каком он предпочитает ее принять; контент распространяется по принципу трансмедийного повествования. Концепция объединенной (конвергентной) редакции. Физическая организация объединенной редакции. SuperDesk (NewsDesk или NewsHub) как центральный пульт управления редакционной деятельностью. Функции команды: руководство всеми редакционными процессами, принятие решения о контенте (тема, объем, качество, сроки), ответственность за подачу и оформление контента, планирование и координация работы редакции для всех технологических платформ (онлайн-газета, печатная версия, инфографика, фото, видео, аудио, лента новостей). Круглый стол для координаторов всех направлений: выпускающих редакторов онлайн-версий и оффлайн-версий издания, арт-

директора, продюсеров, редакторов пользовательского контента и т.д. Тематические редакционные отделы. Состав этих групп. Редактор как идейный вдохновитель и организатор работы отдела. Контент, создаваемый работниками тематических отделов. Организация редакционного зала для обеспечения мультимедийного освещения событий. Режим работы. Принцип флойда (FLOID и fresh, local, often updated, images and interactive, aimed at the young demographic). Тематические отделы в ньюзруме (Pods). Преимущества объединенной редакции и интегрированной подачи новостей. Типы конвергентных редакций (мультимедийная редакция, кроссмедийная редакция, интегрированная редакция). Переосмысление функций и задач работы журналиста. Концепция супержурналиста. Новые роли журналистов и редакторов в объединенной редакции. Редактор-агрегатор (Aggregator-Sub) и его функции: сбор информации (агрегация), отбор полезного и релевантного материала (фильтрация), публикация (социальные закладки и блоги), избежание конфликтов с законодательством. Организация труда в конвергентной редакции мультимедийного формата. Цикл производственной цепочки в работе редакции: производство, «упаковка» и распространение информации. Взаимосвязь редакционного и «полевого» процессов. Функции корреспондентов и редакторов в редакции. Процесс производства информации. Процесс «упаковки» информации. Контакт «редакционного мира» с «миром социальным». Инкорпорирование (физическая «упаковка») информации в определенный медиаформат. Организационная структура традиционной редакции газетных новостей. Организационная структура традиционной редакции телевизионных новостей. Редакционный процесс на первой стадии мультимедиаизации. Концепция «универсального журналиста». Представления об «универсальном журналисте» в профессиональной среде белорусского медиасообщества. Трансформация процесса «упаковки» информации на втором этапе перехода к мультимедиа редакционных структур (на уровне отделов). Третья фаза перехода к мультимедийности делает функцию «упаковки» контента мультимедийной. Организационная схема конвергентной редакции после всех преобразовательных этапов. Соответствие каждой стадии перехода к мультимедийности добавлению какого-либо нового принципа создания, «упаковки» и распространения новостей: первая стадия – принципа оперативности; вторая – принципа интерактивности (т.е. разнообразия форм), а третья стадия – мобильности. Преимущества объединенной редакции и интегрированной подачи новостей.

Тема 5. Телевидение в эпоху глобализма. Глобализация новостей в эпоху информационной революции. Глобализация новостей как процесс

активного распространения новостных программ и обмена информацией между регионами мира, осуществляемый посредством спутниковых, кабельных, компьютерных систем и коммуникационных средств связи. Мыслители современности о возможностях глобального мира и роли коммуникационных сетей (Г.М. Маклюэн, Э. Тоффлер, М. Кастельс, М. Делягин). Структура глобального медиарынка. Медиакомпании мегауровня на мировом информационном рынке. Деятельность глобальных медиакомпаний.

«Глокализация» как процесс приспособления глобального продукта локальным рынкам. Ведущие поставщики новостной информации. «Английский язык – своего рода цемент, связывающий все международные коммуникации» (У. Хэктен). Экспертная оценка населения, способного объясняться по-английски, в странах, где английский язык не является государственным.

Глобальные теленовости: общая характеристика. Признаки значимого события, претендующего на интенсивное освещение в глобальных теленовостях. Драматизм, трагичность, конфликтность, борьба интересов, зрелищность. Войны, катастрофы, теракты, скандалы и аферы, связанные с именами известных политиков. Неожиданность (террористические акты, стихийные бедствия, катастрофы – события, которые всегда происходят «вдруг»), неоднозначность события, новые подробности происходящего, элементы расследования, детективные сценарии. «История с продолжением»: поэтапно развивающееся событие с элементами непредсказуемости, предвкушение драматического финала, чему сопутствуют эффекты сопереживания, и где может даже возникнуть саспенс – сверхнапряженное ожидание развязки. Ньюсмейкер (newsmaker) – главное лицо сюжета; событие, развивающееся вокруг главного героя. Заявления президента США, поездки Папы Римского, скандалы вокруг авторитетных лиц, интервью с политиками, дипломатами, главами корпораций.

Функции общественно-политических новостей глобальных телесетей: формирование повестки дня для мировой политической и экономической элиты, а также общественных и неправительственных деятелей; персонификация международной политики; функция интеграции международного сообщества; интернационализация событий; образовательная функция. Формула экономической ценности информации (Марк Олейн): ценность информации = полезность + скорость + качество. Стандартная концепция глобальных теленовостей: совокупность оперативности, объективности и ответственности. Устойчивые тенденции в новостях телесетей: инфотэймент, политэймент, бизнестэймент, wartainment. Особенность формата телевизионного выпуска новостей.

Структура выпуска: news headlines, news in detail, news summary. Принцип разделения фактов и комментариев, отражаемый в верстке выпусков глобальных телесетей. Динамика развития и информационная политика глобальных новостных телесетей.

Типология глобальных телеканалов: информационные, научнопопулярные, развлекательные каналы. Глобальные новостные телесети на информационном рынке мира. CNN как первая глобальная новостная телесеть: состояние, структура и инфраструктура, возможности трансляции информации. Международная редакция, hot topics. Ключевая концепция вещания. Концепция новостной исключительности. Смена парадигм: от альтруизма к прагматизму. Критический взгляд на CNN. BBC World: традиции британского вещания. Ключевые даты развития BBC World за первые 12 лет существования. Информационная политика BBC World. Менеджмент и текущие задачи. Следование предписаниям BBC, записанным в «Руководстве для создателей передач». Euronews как альтернатива глобальным сетям. Программная политика. Прерогатива наблюдательного совета. Редакционная политика канала. Штат и журналистские бригады по языкам телевещания. Аль-Джазира. Создание паблисити. Организационная структура холдинга. Феномен телевизионной журналистики в арабском мире. Новаторство Аль-Джазиры. Russia Today: информационный вызов западным каналам новостей. Организационная структура холдинга. Феномен телевизионной журналистики. Новаторство Russia Today в глобальном мире.

Тема 6. Журналистика и интернет. Феномен интернета. Допечатная журналистика: передача не фактов и данных, а непосредственно общепонятных смыслов и отношений. Печатная журналистика: подача новости без отношения, смещение в зону фактологии, отрыв информации от коммуникации, самооценочность новостных потоков. Постжурналистика: обесценивание новостей при дефиците отношений, свертывание информационных потоков в клипы. Интерактивность, персональная ориентированность, инфоцентричность, мгновенность, масштабируемость, гибкость, взаимосвязанность, экономичность как особо привлекательные стороны и характеристики Всемирной паутины. Роль знаковой манипуляции в постэкономических отношениях и виртуальной экономике. Упаковка, форма, имидж, паблисити, мнение и другие невещественные образования в соотношении с реальностью, которая стоит за ними.

Особенности информационного общества и целевые установки журналистской деятельности. Переориентация экономики от товаропроизводства к сервису и целевая установка журналистики: управление информационными и коммуникационными секторами рынка.

Определяющая роль интеллектуальных технологий в технологической и производственной сферах и целевая установка журналистики: участие в разработке и широкое использование интеллектуальных технологий представления знаний и фактов; роботизация новостных потоков и первичной аналитической обработки; виртуализация производственных циклов издания. Повышение значимости знания как основы технологической и социально-политической структур общества и целевая установка журналистики: смещение акцентов в сторону научной и образовательной журналистики; журналистика выполняет функцию поставщика инструментального знания. Смещение ценностных акцентов в структуре социальной организации – реорганизация культурной сферы, трансформация этики и нравственности личности и целевая установка журналистики: отказ от однонаправленных способов коммуникации в пользу интерактивных, подразумевающих выполнение журналистом функции навигатора в информационном пространстве. Возникновение доминанты «университет» как системогенерирующего общественного фактора и целевая установка журналистики: активное включение журналистики в сферу ответственности социальных образовательных институтов.

Коммуникативная реальность и массмедиа. Трансреальность, реальность и ирреальность как формы реальности. Коммуникативное пространство и виртуальная реальность. Массмедиа как основной компонент коммуникативного пространства. Традиционный способ взаимодействия и принцип доминирования информирования. Новый способ взаимодействия и принцип доминирования коммуницирования. Принцип MEDIA IS THE MESSAGE и медийные возможности Интернета. Система массовых коммуникаций как совокупность традиционных СМИ, глобальных телекоммуникационных средств и всего комплекса коммуникативных технологий (политтехнологий, PR, рекламы, имиджмейкинга и др. Интернет и байнет. Байнет: статистический анализ, качество услуг, характеристика пользователей. Интернет и массмедиа. Интернет, журналистика и медиaprостранство. Доверие СМИ: опросы лидеров мнения, экспертов, среднестатистического жителя Беларуси. Источники, из которых черпают новостную информацию и которым пользователи доверяют более всего. Веб-медиаресурс versus веб-ресурс. Когда сайт = СМИ, и когда сайт не равен СМИ? Веб-радио, или версия радиостанции в Интернете. Достоинства Интернета для радиовещания. Типоформирующие признаки сайтов радиостанций: учредитель, аудитория, цели сетевого издания. Три основных типа сайтов радиостанций: электронная визитка, электронный fanzine, информационно-

развлекательный сайт. Основная цель сайтов, особенности их формы и содержания. Первые белорусские интернет-радиостанции.

Типология сайтов веб-медиа. Классификация веб-изданий по общим признакам: «клоны» несетевых изданий; издания, существующие только в Интернете; смешанные издания. Веб-издания по сходности с их традиционными аналогами: интернетгазеты, интернет-журналы, интернет-радио, интернет-телевидение, специализированные информационные агентства. Классификация веб-изданий на основе принципа доминирующих технологий: информационные (вещательные) технологии, интерактивные технологии, коммуникативные технологии, фото-, аудио-, видеотехнологии, анимационные flash-технологии. Медиаобразования, связанные с массовыми информационнокоммуникативными каналами: пресса, радио, телевидение, Интернет.

Журналист как «мультимедийный человек-оркестр». Новые навыки, необходимые современному журналисту. Умение написать заголовок с учетом требований поисковой оптимизации. Знание того, как грамотно вставить в статью гиперссылку на источник или другой информационный ресурс. Владение навыками работы с 1-2 системами управления контентом (CMS), например, WordPress или Joomla! Умение сделать фотографию цифровым фотоаппаратом и обработать ее в онлайн-редакторе Picnik (picnik.com). Умение обращаться с цифровой видеокамерой. Умение правильно записать звук, работать с микрофоном, редактировать звук в программе Audacity. Навыки пользования электронной почтой, сетью твиттер, навыками эффективного интернет-поиска.

Тема 7. Блоги в системе массовых коммуникаций. Понятие блога. Разновидности блогов (по авторству, по тематической направленности, по наличию/виду мультимедиа, по особенностям контента, по технической основе). Мотивация присутствия в блогосфере. Функции блогов (коммуникативная, самопрезентации, развлечения, сплочения и удержания социальных связей, мемуаров, саморазвития или рефлексии, психотерапевтическая функция). Отношение к блогам и блогерам. Блогеры – супермозг или самолюбование толпы?

От Мы-медиа к Я-медиа: трансформация идентичности в виртуальном мире. Комментарии к программной работе Эндрю Кина «Культ любителя. Как блоги, MySpace, YouTube и другие современные «народные СМИ» уничтожают нашу экономику, нашу культуру и наши ценности». Анализ наиболее популярных запросов в поисковых системах. «Мы – медиа»: Дэн Гиллмор о блогах и других альтернативных медиа. «Гражданская (народная, партизанская) журналистика» как вызов традиционным медиа и их роли посредников информации на пути

к массовой аудитории. Пути эволюции и революции в массмедиальном пространстве. Альтернативное медиапространство как порождение «уникального баланса свобод и несвобод» (А. Мирошниченко). Эволюция читателя: от потребности в информации – к жажде публичного отклика. «Пирамида читательского интереса»: каждый пласт – одновременно и исторический слой, и новое отношение потребителя к СМИ (информация, интересная информация, адресная информация, внимание, личный отклик, публичный отклик). Принцип «контент – контакт – коннект»: ценность – не контент, а коннект – связь одного с другими (сама связь и есть содержание). Журналист-гражданин: доступность блогосферы и возможности гражданской журналистики. Читатели – авторы: стирание границ. Отсутствие централизованного контроля. Уровни письма гражданской журналистики. Непрофессионализм, отсутствие единого стиля и иных критериев.

Блоги и СМИ. Блоги как альтернатива СМИ. Блоги как «точки доступа» к журналистике новой эпохи. Тезис: «чтобы хорошо писать, не обязательно журналистское образование».

Пути в журналистику. «Традиционный путь» журналиста: институт журналистики – издание – блоги. «Блогерский путь» нью-журналиста: самиздат – блоги – издание. Новые вакансии в СМИ ближайшего будущего. Оптимизатор заголовков. Редактор социальных медиа. Исследователь контента. Редактор инфографики. Главный хранитель. Журналист-популяризатор. Специалист по вирусному маркетингу. Специалист по слайд-шоу. Специалист по гражданской журналистике. Создатель электронных книг. Веб-разработчик. (О Center for Sustainable Journalism) «The Huffington Post» как пример успешного совмещения журналистики и блогинга. Феномен НР: нетипичное веб-издание с сочетанием новостных дайджест-материалов и тысячами блогов. Рейтинг социальных сетей по посещаемости в Беларуси.

Тема 8. Источники информации для современных массмедиа. Информационные и коммуникационные технологии как условие журналистской деятельности. Мобильная журналистика: синтез технологий, скорости и актуальности. Восприятие массмедиа как «рупора правды», основного и объективного источника информации о реальном мире. Традиционные и новые источники информации для журналистов. Документальные источники информации. Предметно-вещевая среда как источник журналистской информации. Интернет как источник журналистской информации. Открытые интернет-источники информации для журналистов в Глобальной сети: информационные агентства, средства массовой информации в Интернете, сетевые СМИ, базы данных. Принципы

деятельности информационных агентств: наиболее оперативная и достоверная информация, поступление новостей в режиме реального времени, минимум комментариев в сообщениях. Типы информационных агентств: имеющие собственную сеть корреспондентов, смешанного типа, посредники. Интернет как источник информации. Возможности Интернета в осуществлении поиска необходимых сведений, начиная от справочной информации (статьи в словарях и энциклопедиях, статистические данные, библиографии, карты, адреса, сведения о компаниях и организациях и т.п.) и заканчивая мнениями людей по всевозможным поводам, высказываемыми в различных формах сетевого общения (телеконференции, форумы, гостевые книги и проч.). Интернет как эффективное средство коммуникации, во многих отношениях превосходящее телефон, факс и другие привычные способы связи. Глобальная сеть как медийное пространство, в котором происходит бурное становление СМИ нового типа. Помощь системных поисковых механизмов в поиске файлов на конкретные темы. Самые известные поисковые системы и каталоги Беларуси. Специализированные сетевые источники информации для журналистов. Взаимодействие журналистики с блогосферой (гражданской журналистикой). Интернет как источник дезинформации. Причины появления ошибок в работе новостных лент. Виды классических мистификаций в сети. Абсурд и юмор в сети. Профессиональные розыгрыши журналистов. Интернет-легенды. Медиавирусы. Слухи и мифы. Общие принципы свободы информации в глобальной сети.

Тема 9. Специфика современных массмедиа. Исходные характеристики массмедиа (история, история-легенда, развитие, значимые этапы его перестройки). Актуальный формат. Презентация форм подачи, а именно: «на бумаге» и на веб-странице. Рубрикация и жанровые характеристики. Особенности контента веб-страниц. Используемые мультимедийные форматы. Обратная связь, формы «интерактива». Эстетика (дизайн, иллюстрации, шрифты). Особенности, ноу-хау, приемы. Мнение на концепцию развития и планы руководителей, определяющих политику данного массмедиа. Общая оценка, перспективы.

Тема 10. Актуальные жанры современной газетно-журнальной журналистики. Типология жанров газетно-журнальной журналистики: подходы ученых. Стандартные и нестандартные жанры. Информационные жанры: особенности, жанрообразующие признаки, отличительные характеристики. Аналитические жанры: особенности, жанрообразующие признаки, отличительные характеристики. Художественно-публицистические жанры: особенности, жанрообразующие признаки,

отличительные характеристики. Доминирующие газетно-журнальные жанры: характеристики, особенности композиции, языковые средства, функциональная значимость.

Тема 11. Своеобразие жанров теле-, радио- и веб-журналистики.
Типология жанров телевизионной журналистики. Особенности, жанрообразующие признаки, отличительные характеристики жанров телевизионной журналистики. Превалирующие жанры телевидения: характеристики, тематика, особенности композиции и стиля. Типология жанров радионной журналистики. Особенности, жанрообразующие признаки, отличительные характеристики жанров радионной журналистики. Превалирующие жанры радиовещания: характеристики, тематика, особенности композиции, стиля. Типология жанров веб-журналистики. Особенности, жанрообразующие признаки, отличительные характеристики жанров веб-журналистики. Превалирующие жанры веб-журналистики: характеристики, особенности композиции, стиля.

[К содержанию](#)

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		Лекции	Практические занятия
1.	Технологии массмедиа и коммуникативные технологии	2	2
2.	Становление информационного общества и мир коммуникации	4	2
3.	Концептуализация новых медиа	2	2
4.	Современные подходы к организации работы редакции газеты	2	2
5.	Телевидение в эпоху глобализма	2	2
6.	Журналистика и Интернет	2	2
7.	Блоги в системе массовых коммуникаций	2	2
8.	Источники информации для современных массмедиа	2	2
9.	Специфика современных массмедиа	2	4
10.	Актуальные жанры современной газетно-журнальной журналистики	2	4
11.	Своеобразие жанров теле-, радио- и веб-журналистики	2	4
	Всего	24	28

[К содержанию](#)

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ КУРС

Тема 1. Технологии массмедиа и коммуникативные технологии

1. Цель и задачи дисциплины, структура и основные понятия.
2. Средства массовой информации, средства массовой коммуникации, средства массовой пропаганды, средства массового общения.
3. Отличительные черты масскоммуникационного процесса XXI века.
4. Печатные СМИ: испытание временем. Кризис классической модели средств массовой информации.
5. Современные средства коммуникации.
6. Журналист-агрегатор и специалист по персонализированным медиа. Профессии, «ломающие» психику, и «самые опасные» профессии.
7. Технологии массмедиа и коммуникативные технологии.
8. Развитие массмедиа технологий.

Источники:

1. Соловьев, А. И. Основы информационно-коммуникационной деятельности [Электронный ресурс] : пособ. для студентов Ин-та журналистики БГУ / А. И. Соловьев. – Минск : БГУ, 2009. – 191 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/20393> (дата обращения: 14.12.2024).
2. Соловьев, А. И. Современные технологии массмедиа [Электронный ресурс] : пособ. для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по спец. 1-23 01 07 «Информация и коммуникация», 1-23 01 08 «Журналистика (по направлениям)», 1-23 01 09 «Журналистика международная» / А. И. Соловьев. – Минск : БГУ, 2018. – 278 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/209523> (дата обращения: 14.12.2024).
3. Степанов, В. А. Социальные медиа в процессах трансформации журналистской деятельности в Беларуси : дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 [Электронный ресурс] / В. А. Степанов. – Минск, 2017. – 192 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/173679> (дата обращения: 14.12.2024).

[К содержанию](#)

Тема 2. Становление информационного общества и мир коммуникации

1. Понятие и основные признаки информационного общества.
2. Информационные революции и их суть.
3. Изобретение письменности как возможность точной и полной передачи знаний от поколения к поколению.
4. Изобретение технологии изготовления бумаги в Древнем Китае.
5. Изобретение технологии книгопечатания в Китае и Корее (XIII в.) и Германии (XV в.). Начало эры Гуттенберга.
6. История возникновения периодических изданий через призму происхождения слова «газета». Прообразы газет в Древнем Риме и Китае. Первые печатные периодические издания в мире.
7. Изобретение электричества как предпосылка для оперативной передачи и накопления информации в любом объеме.
8. Внедрение радио- и телевидения. Первый компьютер ENIAC как предтеча новой технологической революции.
9. Переход от механических и электрических средств преобразования информации к электронным.
10. Философия информационной революции и «взрыв коммуникации». Информационная культура.
11. Трансформация традиционных форм социальной и массовой коммуникации. Философия медиа.
12. Медиареальность «человека играющего». Феномен медиареальности.

Источники:

1. Соловьев, А. И. Основы информационно-коммуникационной деятельности [Электронный ресурс] : пособ. для студентов Ин-та журналистики БГУ / А. И. Соловьев. – Минск : БГУ, 2009. – 191 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/20393> (дата обращения: 14.12.2024).
2. Соловьев, А. И. Современные технологии массмедиа [Электронный ресурс] : пособ. для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по спец. 1-23 01 07 «Информация и коммуникация», 1-23 01 08 «Журналистика (по направлениям)», 1-23 01 09 «Журналистика международная» / А. И. Соловьев. – Минск : БГУ, 2018. – 278 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/209523> (дата обращения: 14.12.2024).

[К содержанию](#)

Тема 3. Концептуализация новых медиа

1. Теории, концепции и современные тенденции в массовой коммуникации.

2. Массмедиа» (Mass Media) или СМИ («старые» медиа: традиционные средства массовой информации, т.е. телевидение, радио, газеты, журналы, кино, видео), «мультимедиа» (multimedia), «компьютеропосредованные коммуникации», «гипермедиа» (hypermedia).

3. Становление новых средств массовой коммуникации. Новые медиа: попытка определения, основные отличия и важные характеристики.

4. Глобализация и новые медиа.

5. Образование виртуальных сообществ в онлайн-режиме.

6. Три типа коммуникаций посредством медиа: межперсональные медиа (по типу one-to-one «один одному»), массмедиа (one-to-many «один многим»), новые медиа (по типу many-to-many «многие многим»).

7. Главные отличия новых медиа от межперсональных медиа (one-to-one) и массмедиа (one-to-many).

8. Особенности аудитории многоканальной медиасреды.

9. Журналистика в контексте новых медиа. Онлайн-журналистика.

Источники:

1. Соловьев, А. И. Основы информационно-коммуникационной деятельности [Электронный ресурс] : пособ. для студентов Ин-та журналистики БГУ / А. И. Соловьев. – Минск : БГУ, 2009. – 191 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/20393> (дата обращения: 14.12.2024).

2. Соловьев, А. И. Современные технологии массмедиа [Электронный ресурс] : пособ. для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по спец. 1-23 01 07 «Информация и коммуникация», 1-23 01 08 «Журналистика (по направлениям)», 1-23 01 09 «Журналистика международная» / А. И. Соловьев. – Минск : БГУ, 2018. – 278 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/209523> (дата обращения: 14.12.2024).

3. Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособ. / А. А. Градюшко. – Минск : БГУ, 2019. – 239 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/240187> (дата обращения: 14.12.2024).

[К содержанию](#)

Тема 4. Современные подходы к организации работы редакции газеты

1. Современный императив: переход от текстового содержания к мультимедийному
2. Основания для выживания традиционной прессы в высокотехнологичной медиасреде.
3. Процессы, влияющие на тенденции развития современных массмедиа. Глобализация медиа.
4. Конгломерация медиа и демассовизация медиа.
5. Конвергенция в медиаиндустрии: основные понятия и тенденции подходы ученых.
6. Концепция объединенной (конвергентной) редакции. Типы конвергентных редакций.
7. Концепция супержурналиста. Функции и задачи работы журналиста, редакторов в конвергентной редакции.

Источники:

1. Соловьев, А. И. Современные технологии массмедиа [Электронный ресурс] : пособ. для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по спец. 1-23 01 07 «Информация и коммуникация», 1-23 01 08 «Журналистика (по направлениям)», 1-23 01 09 «Журналистика международная» / А. И. Соловьев. – Минск : БГУ, 2018. – 278 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/209523> (дата обращения: 14.12.2024).
2. Соловьев, А. И. Основы информационно-коммуникационной деятельности [Электронный ресурс] : пособ. для студентов Ин-та журналистики БГУ / А. И. Соловьев. – Минск : БГУ, 2009. – 191 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/20393> (дата обращения: 14.12.2024).
3. Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособ. / А. А. Градюшко. – Минск : БГУ, 2019. – 239 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/240187> (дата обращения: 14.12.2024).

[К содержанию](#)

Тема 5. Телевидение в эпоху глобализма

1. Телевидение от прихода в мир до настоящего времени.
2. Типы телевещания (трансляции).
3. Новые модели современного телевидения.
4. Телевизионные новости в эпоху глобализации.
5. Типология глобальных телеканалов. Деятельность глобальных медиакомпаний.
6. «Глокализация» как процесс приспособления глобального продукта локальным рынкам.
7. Динамика развития и информационная политика глобальных и крупных региональных теленовостных каналов.
8. «Фейковые новости» (Fake News): роль, причины, особенности.

Источники:

1. Полуэхтова, И. А. Телевидение и его аудитория в эпоху интернета : монография / И. А. Полуэхтова / Моск. Гуманит. Ун-т. кафедра социологии ; отв. Ред. В. А. Луков. – М. : Изд-во Моск. Гуманит. Ун-та, 2018. – 184 с. – URL: <https://publications.mosgu.ru/index.php/main/catalog/download/37/34/122-1?inline=1> (дата обращения: 14.12.2024).
2. Соловьев, А. И. Современные технологии массмедиа [Электронный ресурс] : пособ. для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по спец. 1-23 01 07 «Информация и коммуникация», 1-23 01 08 «Журналистика (по направлениям)», 1-23 01 09 «Журналистика международная» / А. И. Соловьев. – Минск : БГУ, 2018. – 278 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/209523> (дата обращения: 14.12.2024).

[К содержанию](#)

Тема 6. Журналистика и интернет

1. Типология журналистики в эпоху интернета.
2. Параметры журналистики на разных этапах ее развития.
3. Постжурналистика.
4. Новая коммуникативная реальность и традиционные массмедиа. Трансреальность, реальность и ирреальность как формы реальности. Коммуникативное пространство и виртуальная реальность.
5. Типология сайтов веб-медиа.
6. Социальные сети и мессенджеры в информировании и распространении новостей.
7. Основные медийные и околomedийные тренды в современном мире.
8. Журналист как «мультимедийный человек-оркестр»: новые навыки и их суть.

Источники:

1. Соловьев, А. И. Современные технологии массмедиа [Электронный ресурс] : пособ. для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по спец. 1-23 01 07 «Информация и коммуникация», 1-23 01 08 «Журналистика (по направлениям)», 1-23 01 09 «Журналистика международная» / А. И. Соловьев. – Минск : БГУ, 2018. – 278 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/209523> (дата обращения: 14.12.2024).
2. Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособ. / А. А. Градюшко. – Минск : БГУ, 2019. – 239 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/240187> (дата обращения: 14.12.2024).
3. Градюшко, А. А. Принципы создания новостных текстов в интернет-журналистике [Электронный ресурс] / А. А. Градюшко. – URL: <http://docplayer.ru/45198773-Principy-sozdaniya-novostnyh-tekstov-v-internet-zhurnalistike.html> (дата обращения: 14.12.2024).

[К содержанию](#)

Тема 7. Блоги в системе массовых коммуникаций

1. Понятие о блоге. Функции блогов.
2. Разновидности блогов.
3. Понятие о блогинге.
4. Массмедиа и блоги.
5. «Гражданская (народная, партизанская) журналистика» как вызов традиционным медиа.
6. Журналистика для блогеров: 10 шагов к профессионализму.
7. Новые вакансии в СМИ ближайшего будущего.

Источники:

1. Соловьев, А. И. Современные технологии массмедиа [Электронный ресурс] : пособ. для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по спец. 1-23 01 07 «Информация и коммуникация», 1-23 01 08 «Журналистика (по направлениям)», 1-23 01 09 «Журналистика международная» / А. И. Соловьев. – Минск : БГУ, 2018. – 278 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/209523> (дата обращения: 14.12.2024).
2. Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособ. / А. А. Градюшко. – Минск : БГУ, 2019. – 239 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/240187> (дата обращения: 14.12.2024).
3. Градюшко, А. А. Принципы создания новостных текстов в интернет-журналистике [Электронный ресурс] / А. А. Градюшко. – URL: <http://docplayer.ru/45198773-Principy-sozdaniya-novostnyh-tekstov-v-internet-zhurnalistike.html> (дата обращения: 14.12.2024).

[К содержанию](#)

Тема 8. Источники информации для современных массмедиа

1. Типы источников. Традиционные и новые источники информации для журналистов.
2. Документальные источники информации: суть, подходы ученых, виды.
3. Персонифицированные источники (люди): суть, подходы ученых.
4. Предметно-вещевая среда (реальная действительность) как источник журналистской информации: суть, подходы ученых, виды.
5. Конфиденциальные и открытые, официальные и неофициальные источники информации.
6. Интернет и его возможности как источника журналистской информации.
7. Мистификации, абсурд и юмор в сети. Профессиональные розыгрыши журналистов. Медиавирусы. Слухи и мифы.
8. Законодательство Республики Беларусь об источниках информации.

Источники:

1. Соловьев, А. И. Современные технологии массмедиа : пособие для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по специальностям 1-23 01 07 «Информация и коммуникация», 1-23 01 08 «Журналистика (по направлениям)», 1-23 01 09 «Журналистика международная» [Электронный ресурс] / А. И. Соловьев. – Минск : БГУ, 2018. – 278 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/209523> (дата обращения: 14.12.2024).
2. Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособ. / А. А. Градюшко. – Минск : БГУ, 2019. – 239 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/240187> (дата обращения: 14.12.2024).

[К содержанию](#)

Тема 9. Специфика современных массмедиа

1. Исходные характеристики массмедиа (история, история-легенда, развитие, значимые этапы его перестройки).
2. Рубрикация и жанровые характеристики.
3. Особенности контента веб-страниц.
4. Используемые мультимедийные форматы.
5. Обратная связь, формы «интерактива».
6. Эстетика (дизайн, иллюстрации, шрифты).
7. Общая оценка функционирования массмедиа, перспективы его развития.

Источники:

1. Соловьев, А. И. Современные технологии массмедиа : пособие для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по специальностям 1-23 01 07 «Информация и коммуникация», 1-23 01 08 «Журналистика (по направлениям)», 1-23 01 09 «Журналистика международная» [Электронный ресурс] / А. И. Соловьев. – Минск : БГУ, 2018. – 278 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/209523> (дата обращения: 14.12.2024).
2. Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособ. / А. А. Градюшко. – Минск : БГУ, 2019. – 239 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/240187> (дата обращения: 14.12.2024).
3. Градюшко, А. А. Принципы создания новостных текстов в интернет-журналистике [Электронный ресурс] / А. А. Градюшко. – URL: <http://docplayer.ru/45198773-Principy-sozdaniya-novostnyh-tekstov-v-internet-zhurnalistike.html> (дата обращения: 14.12.2024).

[К содержанию](#)

Тема 10. Актуальные жанры современной газетно-журнальной журналистики

1. Типология жанров газетно-журнальной журналистики: подходы ученых.
2. Стандартные и нестандартные жанры.
3. Информационные жанры: жанрообразующие признаки, особенности, отличительные характеристики.
4. Аналитические жанры: особенности, жанрообразующие признаки, отличительные характеристики.
5. Художественно-публицистические жанры: особенности, жанрообразующие признаки, отличительные характеристики.

Источники:

1. Колесниченко, А. В. Основы журналистской деятельности : учеб. пособ. для вузов [Электронный ресурс] / А. В. Колесниченко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 341 с. – URL: <https://static.my-shop.ru/product/pdf/296/2957025.pdf> (дата обращения: 14.12.2023).
2. Нікановіч, Д. А. Журналісцкае майстэрства [Электронны рэсурс] : вучэб.-метад. комплекс / Д. А. Нікановіч [і інш.] ; пад агул. рэд. В. М. Самусевіч, Д. А. Нікановіча. – Мінск : БДУ, 2020. – URL: – <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/248068/1/Nikanovich.pdf> (дата обращения: 14.12.2024).
3. Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособ. / А. А. Градюшко. – Минск : БГУ, 2019. – 239 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/240187> (дата обращения: 14.12.2024).

[К содержанию](#)

Тема 11. Своеобразие жанров теле-, радио- и веб-журналистики

1. Особенности, жанрообразующие признаки, отличительные характеристики жанров телевизионной журналистики.
2. Типология жанров телевизионной журналистики.
3. Особенности, жанрообразующие признаки, отличительные характеристики жанров радиойной журналистики.
4. Типология жанров радиойной журналистики.
5. Особенности, жанрообразующие признаки, отличительные характеристики жанров веб-журналистики.
6. Типология жанров веб-журналистики.

Источники:

1. Арсентьева, Г. Л. Теория и практика радиожурналистики [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособ. / Г. Л. Арсентьева. – Казань : Казан. ун-т, 2016. – 71 с. – URL: https://kpfu.ru/staff_files/F1976246515/ARSENTEVA_Teoriya_i_praktika_radio_zhurnalistiki.pdf (дата обращения: 14.12.2024).
2. Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособ. / А. А. Градюшко. – Минск : БГУ, 2019. – 239 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/240187> (дата обращения: 14.12.2024).
3. Колесниченко, А. В. Основы журналистской деятельности [Электронный ресурс] : учеб. пособ. для вузов / А. В. Колесниченко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 341 с. – URL: <https://static.my-shop.ru/product/pdf/296/2957025.pdf> (дата обращения: 14.12.2023).
4. Соловьев, А. И. Современные технологии массмедиа [Электронный ресурс] : пособ. для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по специальностям 1-23 01 07 «Информация и коммуникация», 1-23 01 08 «Журналистика (по направлениям)», 1-23 01 09 «Журналистика международная» / А. И. Соловьев. – Минск : БГУ, 2018. – 278 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/209523> (дата обращения: 14.12.2024).
5. Градюшко, А. А. Принципы создания новостных текстов в интернет-журналистике [Электронный ресурс] / А. А. Градюшко. – URL: <http://docplayer.ru/45198773-Principy-sozdaniya-novostnyh-tekstov-v-internet-zhurnalistike.html> (дата обращения: 14.12.2024).

[К содержанию](#)

ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Практическое занятие 1

Технологии массмедиа и коммуникативные технологии

1. Цель и задачи дисциплины, структура и основные понятия.
2. СМИ и человек: испытание временем.
3. Кризис классической модели средств массовой информации.
4. Мировые и национальные факторы исчезновения бумажных изданий.
5. Традиционная и новая журналистика.
6. Новые профессии в новом столетии.
7. Проблема восприятия профессии журналиста.
8. СМИ, СМК, средства массовой пропаганды, средства массового общения.
9. Коммуникативные и массмедийные технологии.
10. Отличительные черты масскоммуникационного процесса XXI в.

Практическое задание

1. Подготовить реферат-презентацию на тему «Коммуникативные и массмедийные технологии».
2. Подготовить реферат-презентацию на тему «Профессии, «ломающие» психику, и «самые опасные» профессии».

[К содержанию](#)

Практическое занятие 2

Становление информационного общества и мир коммуникации

1. Этапы развития общества. Типы общества и их характеристика.
2. Истоки медиатехнологий. Самые ранние медиатехнологии.
3. Первая информационная революция.
4. Традиционное общество, его особенности и медиатехнологии.
5. Вторая информационная революция период, особенности, характеристики.
6. Развитие общества и третья информационная революция.
7. Эпоха Гутенберга и ее медиатехнологии.
8. Индустриальное общество, его особенности и медиатехнологии.
9. Появление журналистских медиатехнологий.
10. Четвертая информационная революция: период, особенности, характеристики.
11. Развитие вещательных медиа.
12. Постиндустриальное общество. Пятая информационная революция: период, особенности, характеристики.
13. Информационное общество. Шестая информационная революция: период, особенности, характеристики.

Практическое задание

1. В интернет-пространстве найти и изучить научные статьи о феномене медиареальности, медиареальности «человека играющего».
2. Подготовить презентацию на тему «Первые печатные периодические издания в Европе».

[К содержанию](#)

Практическое занятие 3

Концептуализация новых медиа

1. Герберт Маршалл Маклюэн и его взгляды на информацию и коммуникацию.
2. «Медленные медиа» (концепция «замедления» медийного и реального миров): понятие и суть.
3. Концепции информационной эпохи. Концепция «интерактивного общества».
4. Новые медиа: попытка определения, основные отличия и иные важные характеристики. Главные отличия новых медиа от межперсональных медиа (one-to-one) и массмедиа (one-to-many).
5. Глобализация и новые медиа. Новые медиа как инструмент социальных изменений.
6. Три типа коммуникаций посредством медиа: межперсональные медиа (по типу one-to-one «один одному»), массмедиа (one-to-many «один многим»), новые медиа (по типу many-to-many «многие многим»).
7. Исследования новых медиа.
8. Особенности аудитории многоканальной медиасреды.
9. Журналистика в контексте новых медиа.
10. Журналистика «сиюминутности». Онлайн-журналистика.

Практическое задание

1. Подготовить презентацию на тему «Теории, концепции и современные тенденции в массовой коммуникации».
2. Подготовить презентацию на тему «Становление новых средств массовой коммуникации».
3. Определите отличия в значении терминов: «массмедиа» (Mass Media), «мультимедиа» (multimedia), «компьютеро-опосредованные коммуникации», «гипермедиа» (hypermedia).

[К содержанию](#)

Практическое занятие 4

Современные подходы к организации работы редакции газеты

1. Современный императив: переход от текстового содержания к мультимедийному
2. Основания для выживания традиционной прессы в высокотехнологичной медиасреде.
3. Процессы, влияющие на тенденции развития современных массмедиа. Глобализация медиа.
4. Конгломерация медиа и демассовизация медиа.
5. Конвергенция в медиаиндустрии: основные понятия и тенденции подходы ученых.
6. Сопровождающие конвергенцию медиатренды.
7. Концепция объединенной (конвергентной) редакции. Преимущества объединенной редакции и интегрированной подачи новостей.
8. Концепция супержурналиста. Переосмысление функций и задач работы журналиста, редакторов в конвергентной редакции.
9. Новые оттенки журналистики и журналистской профессии.

Практическое задание

1. Подготовить презентацию на тему «Типы конвергентных редакций».
2. Охарактеризовать одну из современных редакций белорусских средств массовой информации.

[К содержанию](#)

Практическое занятие 5

Телевидение в эпоху глобализма

1. Телевидение от прихода в мир до настоящего времени.
2. Мировые тренды в технологиях доставки телевизионного контента.
3. Типы телевещания (трансляции).
4. Новые модели современного телевидения.
5. Телевизионные новости в эпоху глобализации.
6. Мыслители современности о возможностях глобального мира и роли коммуникационных сетей (Г.М. Маклюэн, Э. Тоффлер, М. Кастельс, М. Делягин).
7. «Глокализация» как процесс приспособления глобального продукта локальным рынкам.
8. Функции общественно-политических новостей глобальных телесетей.
9. Динамика развития и информационная политика глобальных и крупных региональных теленовостных каналов.
10. Типология глобальных телеканалов.
11. Деятельность глобальных медиакомпаний.

Практическое задание

1. Подготовить презентацию на тему ««Фейковые новости» (Fake News): роль, причины, особенности».
2. Охарактеризовать систему телевещания Республики Беларусь.

[К содержанию](#)

Практическое занятие 6

Журналистика и интернет

1. Феномен интернета. Типология журналистики в эпоху интернета.
2. Параметры журналистики на разных этапах ее развития.
3. Постжурналистика.
4. Новая коммуникативная реальность и традиционные массмедиа.

Трансреальность, реальность и ирреальность как формы реальности. Коммуникативное пространство и виртуальная реальность.

5. Типология сайтов веб-медиа (по общим признакам, по сходности с их традиционными аналогами, по принципу доминирующих технологий).

6. Роль социальных сетей и мессенджеров в информировании и распространении новостей.

7. Основные медийные и околomedийные тренды в современном мире.

8. Журналист как «мультимедийный человек-оркестр»: новые навыки и их суть.

Практическое задание

1. Подготовить реферат-презентацию на тему «Вайбер и его современные функциональные возможности в работе специалиста по информации и коммуникации».

2. «Телеграмм и его современные функциональные возможности в работе специалиста по информации и коммуникации».

[К содержанию](#)

Практическое занятие 7

Блоги в системе массовых коммуникаций

1. Понятие о блоге.
2. Функции блогов (коммуникативная, самопрезентации, развлечения, сплочения и удержания социальных связей, мемуаров, саморазвития или рефлексии, психотерапевтическая функция и др.).
3. Разновидности блогов (по авторству, по тематической направленности, по наличию/виду мультимедиа, по особенностям контента, по технической основе).
4. Понятие о блогинге. Причины понимания блогинга как бизнеса и профессии.
5. Массмедиа и блоги, традиционная и гражданская журналистика: взаимодействие и взаимодополнение. «Гражданская (народная, партизанская) журналистика» как вызов традиционным медиа.
6. Журналистика для блогеров: 10 шагов к профессионализму.
7. Новые вакансии в СМИ ближайшего будущего (оптимизатор заголовков, редактор социальных медиа, исследователь контента, редактор инфографики, журналист-популяризатор, специалист по вирусному маркетингу, специалист по слайд-шоу, специалист по гражданской журналистике, создатель электронных книг, веб-разработчик и др.).

Практическое задание

1. Подготовить реферат-презентацию на тему «Блогинг в Беларуси: интересные факты».
2. Подготовить реферат-презентацию на тему «Законодательство о блогинге в Беларуси».
3. Подготовить реферат-презентацию на тему «Рейтинг социальных сетей и блогов по посещаемости в Беларуси».

[К содержанию](#)

Практическое занятие 8

Источники информации для современных массмедиа

1. Типы источников. Традиционные и новые источники информации для журналистов.
2. Документальные источники информации: суть, подходы ученых, виды.
3. Персонифицированные источники (люди): суть, подходы ученых.
4. Предметно-вещевая среда (реальная действительность) как источник журналистской информации: суть, подходы ученых, виды.
5. Признаки надежных источников.
6. Конфиденциальные и открытые, официальные и неофициальные источники информации.
7. Основные источники информации в современной журналистике.
8. Интернет и его возможности как источника журналистской информации. Открытые интернет-источники: информационные агентства, средства массовой информации в Интернете, сетевые СМИ, базы данных.
9. Интернет как источник дезинформации. Причины появления ошибок в работе новостных лент. Мистификации, абсурд и юмор в сети. Профессиональные розыгрыши журналистов. Медиавирусы. Слухи и мифы.
10. Законодательство Республики Беларусь об источниках информации.

Практическое задание

1. Подготовить реферат-презентацию на тему «Самые известные поисковые системы и каталоги Беларуси».
2. Подготовить реферат-презентацию на тему «Специализированные сетевые источники информации для журналистов».
3. Подготовить реферат-презентацию на тему «Взаимодействие журналистики с блогосферой (гражданской журналистикой) в получении информации».

[К содержанию](#)

Практическое занятие 9

Специфика современных массмедиа

1. Исходные характеристики массмедиа (история, история-легенда, развитие, значимые этапы его развития).
2. Актуальный формат массмедиа.
3. Формы подачи: «на бумаге» и на веб-странице.
4. Рубрикация массмедиа.
5. Особенности контента.

Практическое задание

Подготовить анализ одного современного массмедиа (на выбор) по следующим аспектам:

- 1) история массмедиа;
- 2) концепция массмедиа;
- 3) формат массмедиа;
- 4) тематика массмедиа, особенности контента;
- 5) рубрикация;
- 6) жанровые приоритеты массмедиа;
- 7) веб-площадка массмедиа;
- 8) дизайн массмедиа;
- 9) иллюстрации массмедиа;
- 10) шрифты массмедиа;
- 11) инструментарий обратной связи;
- 12) приемы привлечения аудитории массмедиа;
- 13) предложения по усовершенствованию массмедиа;
- 14) общая оценка функционирования массмедиа, перспективы его развития.

[К содержанию](#)

Практическое занятие 10

Специфика современных массмедиа

1. Жанровые характеристики.
2. Используемые мультимедийные форматы.
3. Обратная связь, формы «интерактива».
4. Эстетика (дизайн, иллюстрации, шрифты).
5. Социальные сети в работе массмедиа.

Практическое задание

Подготовить анализ одного современного массмедиа (на выбор) по следующим аспектам:

- 1) история массмедиа;
- 2) концепция массмедиа;
- 3) формат массмедиа;
- 4) тематика массмедиа, особенности контента;
- 5) рубрикация;
- 6) жанровые приоритеты массмедиа;
- 7) веб-площадка массмедиа;
- 8) дизайн массмедиа;
- 9) иллюстрации массмедиа;
- 10) шрифты массмедиа;
- 11) инструментарий обратной связи;
- 12) приемы привлечения аудитории массмедиа;
- 13) предложения по усовершенствованию массмедиа;
- 14) общая оценка функционирования массмедиа, перспективы его развития.

[К содержанию](#)

Практическое занятие 11

Актуальные жанры современной газетно-журнальной журналистики

1. Типология жанров газетно-журнальной журналистики: подходы ученых.
2. Стандартные и нестандартные жанры.
3. Система информационных жанров.
4. Жанрообразующие признаки, особенности, отличительные характеристики информационных жанров.
5. Доминирующие информационные газетно-журнальные жанры: характеристики, особенности композиции, языковые средства, функциональная значимость.

Практическое задание

1. Письменно подготовить жанровый анализ одной публикации в информационном жанре.

Для выполнения задания выбираете материалы печатных изданий Брестчины за 2024 г. Материал должен быть приложен к анализу.

Схема анализа:

- 1) тема материала
- 2) жанр
- 3) жанрообразующие признаки:
 - целевая установка, функция материала
 - объект
 - предмет
 - метод отражения действительности
 - структурно-композиционные особенности
 - лингвостилистические особенности.

[К содержанию](#)

Практическое занятие 12

Актуальные жанры современной газетно-журнальной журналистики

1. Система аналитических жанров.
2. Жанрообразующие признаки, отличительные характеристики аналитических жанров.
3. Доминирующие аналитические газетно-журнальные жанры.
4. Система художественно-публицистических жанров.
5. Жанрообразующие признаки, отличительные характеристики художественно-публицистических жанров.
6. Доминирующие художественно-публицистические газетно-журнальные жанры: характеристики, особенности композиции, языковые средства, функциональная значимость.

Практическое задание

1. Письменно подготовить жанровый анализ одной публикации аналитического жанра.
2. Письменно подготовить жанровый анализ одной публикации художественно-публицистического жанра.

Для выполнения заданий выбираете материалы печатных изданий Брестчины за 2024 г. Материал должен быть приложен к анализу.

Схема анализа:

- 1) тема материала
- 2) жанр
- 3) жанрообразующие признаки:
 - целевая установка, функция материала
 - объект
 - предмет
 - метод отражения действительности
 - структурно-композиционные особенности
 - лингвостилистические особенности.

[К содержанию](#)

Практическое занятие 13

Своеобразие жанров теле- и радиожурналистики

1. Типология жанров телевизионной журналистики.
2. Особенности, жанрообразующие признаки, отличительные характеристики жанров телевизионной журналистики.
3. Превалирующие жанры телевидения: характеристики, тематика, особенности композиции и стиля.
4. Типология жанров радиийной журналистики.
5. Особенности, жанрообразующие признаки, отличительные характеристики жанров радиийной журналистики.
6. Превалирующие жанры радиовещания: характеристики, тематика, особенности композиции, стиля.

Практическое задание

1. Письменно подготовить жанровый анализ одной телевизионной передачи любой жанровой модели.
2. Письменно подготовить жанровый анализ одной радиийной передачи любой жанровой модели.

Для выполнения заданий выбираете материалы телевизионных, радиийных СМИ Брестчины за 2024 г.

Схема анализа:

- 1) тема материала
- 2) жанр
- 3) соответствие жанрообразующим признакам:
 - целевая установка, функция материала
 - объект
 - предмет
 - метод отражения действительности
 - структурно-композиционные особенности
 - лингвостилистическая характеристика текста.

[К содержанию](#)

Практическое занятие 14

Своеобразие жанров веб-журналистики

1. Типология жанров веб-журналистики: подходы ученых.
2. Жанрообразующие признаки, отличительные характеристики жанров веб-журналистики.
3. Система информационных жанров веб-журналистики.
4. Жанрообразующие признаки, особенности, отличительные характеристики информационных жанров веб-журналистики.
5. Система аналитических жанров веб-журналистики.
6. Жанрообразующие признаки, отличительные характеристики аналитических жанров веб-журналистики.
7. Система художественно-публицистических жанров веб-журналистики.
8. Жанрообразующие признаки, отличительные характеристики художественно-публицистических жанров веб-журналистики.
9. Преобладающие жанры веб-журналистики: характеристики, особенности композиции, стиля.

Практическое задание

1. Письменно подготовить жанровый анализ одной публикации в информационном жанре веб-журналистики.
2. Письменно подготовить жанровый анализ одной публикации аналитического жанра веб-журналистики.
3. Письменно подготовить жанровый анализ одной публикации художественно-публицистического жанра веб-журналистики.

Для выполнения заданий выбираете материалы сетевых изданий Беларуси за 2024 г. Материал должен быть приложен к анализу.

Схема анализа:

- 1) тема материала
- 2) жанр
- 3) жанрообразующие признаки:
 - целевая установка, функция материала
 - объект
 - предмет
 - метод отражения действительности
 - структурно-композиционные особенности
 - лингвостилистические характеристика текста.

[К содержанию](#)

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

1. Дайте определение понятию «Массмедиа».
2. Дайте определение понятию «Технология».
3. Дайте определение понятию «Технологии массмедиа».
4. Что относят к самой ранней медиатехнологии?
5. Назовите все типы общества.
6. С чем связана и чем обусловлена первая информационная революция?
7. Назовите медиатехнологии традиционного общества.
8. Что относится к средствам массовой коммуникации?
9. Что относится к средствам массовой информации?
10. Назовите «десять грехов» журналистики.
11. Дайте определение понятию «информационное общество».
12. Укажите, когда зародилось информационное общество?
13. Назовите все признаки информационного общества.
14. Назовите четыре процесса, характеризующие тенденции развития массмедиа.
15. Как называется процесс приспособления глобального продукта к локальным рынкам?
16. Назовите шесть отличительных черт масскоммуникационного процесса XXI в.
17. Назовите мировые факторы исчезновения бумажных изданий.
18. Назовите национальные факторы исчезновения бумажных изданий.
19. Дайте определение понятию «Постжурналистика».
20. Назовите все нестандартные жанры журналистики.

[К содержанию](#)

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. СМИ и человек: испытание временем (история развития массмедиа).
2. Кризис классической модели средств массовой информации. Мировые и национальные факторы исчезновения бумажных изданий.
3. Традиционная и новая журналистика. Новые профессии в новом столетии. Профессии, «ломающие» психику, и «самые опасные» профессии.
4. «Десять грехов журналистики».
5. СМИ, СМК, средства массовой пропаганды, средства массового общения: понятие и их особенности.
6. Отличительные черты масскоммуникационного процесса XXI в.
7. Коммуникативные и массмедийные технологии: понятие, виды и особенности.
8. Этапы развития общества. Типы общества и их характеристика. Первая информационная революция. Истоки медиатехнологий. Самые ранние медиатехнологии.
9. Традиционное общество и его медиатехнологии. Древнейшая в мире система письма. Вторая информационная революция и ее особенности.
10. Третья информационная революция. Эпоха Гутенберга и ее медиатехнологии.
11. Индустриальное общество, его особенности и медиатехнологии. Появление журналистских медиатехнологий. Развитие прессы. Особенности первых изданий.
12. Четвертая информационная революция: особенности, характеристики. Развитие вещательных медиа.
13. Пятая информационная революция: особенности, характеристики. Постиндустриальное общество и его медиатехнологии.
14. Информационное общество и его признаки. Шестая информационная революция: особенности, характеристики.
15. Понятие информационных технологий. Цифровые медиа.
16. Эволюция представлений о коммуникации и медиа в творческом наследии М. Маклюэна.
17. Традиционные, новые и новейшие медиа: понятие, принципы, характеристики и отличия. Способы потребления информации. Понятия медиареальности и перформативности.
18. Понятие и философия «медленных медиа».
19. Современный императив: переход от текстового содержания к мультимедийному. Основания для выживания традиционной прессы в высокотехнологичной медиасреде.

20. Понятие конвергенции: подходы ученых. Конвергенция в медиаиндустрии: специфика и тенденции.

21. Процессы, влияющие на тенденции развития современных массмедиа. Понятие глокализации. Особенности процесса конвергенции медиа.

22. Концепция объединенной (конвергентной) редакции. Преимущества объединенной редакции. Типы конвергентных редакций.

23. Концепция супержурналиста»: новые умения, навыки и их суть.

24. Функции и задачи работы журналиста, редакторов в конвергентной редакции. Новые оттенки журналистики и журналистской профессии.

25. Телевидение в эпоху глобализма. Телевидение от прихода в мир до настоящего времени: историко-культурный контекст развития.

26. Мировые тренды в технологиях доставки телевизионного контента. Типы теле вещания (трансляции). Новые модели современного телевидения.

27. Телевизионные новости в эпоху глобализации. «Фейковые новости» (Fake News): роль, причины, особенности.

28. Динамика развития и информационная политика глобальных и крупных региональных теленовостных каналов. Типология глобальных телеканалов. Особенности деятельности глобальных медиакомпаний.

29. Типология журналистики в эпоху интернета. Параметры журналистики на разных этапах ее развития. Постжурналистика.

30. Новая коммуникативная реальность и традиционные массмедиа. Коммуникативное пространство и виртуальная реальность.

31. Социальные сети и мессенджеры в информировании и распространении новостей.

32. Основные медийные и околomedийные тренды в современном мире.

33. Медийные возможности интернета. Типология сайтов веб-медиа (по общим признакам, по сходности с их традиционными аналогами, по принципу доминирующих технологий).

34. Блоги в системе массовых коммуникаций. Понятие о блоге. Функции блогов. Типология блогов.

35. Понятие о блогинге. Блогинг как профессия.

36. Массмедиа и блоги, традиционная и гражданская журналистика: взаимодействие и взаимодополнение. Журналистика для блогеров: 10 шагов к профессионализму.

37. Типы источников информации в современной журналистике. Традиционные и новые источники информации. Признаки надежных источников.

38. Документальные источники информации: суть, подходы ученых, виды, особенности работы.

39. Персонифицированные источники (люди): суть, подходы ученых, особенности работы.

40. Предметно-вещевая среда (реальная действительность) как источник журналистской информации: суть, подходы ученых, виды, особенности работы.

41. Конфиденциальные и открытые, официальные и неофициальные источники информации.

42. Законодательство Республики Беларусь об источниках информации.

43. Интернет как источник журналистской информации и как источник дезинформации. Открытые интернет-источники.

44. Мистификации, абсурд и юмор в сети. Медиавирусы. Слухи и мифы.

45. Типология жанров газетно-журнальной журналистики: подходы ученых, критерии классификации.

46. Нестандартные жанры: классификация, характеристики, особенности композиции, языковые средства, функциональная значимость.

47. Информационные жанры: жанрообразующие признаки, особенности, отличительные характеристики.

48. Аналитические жанры: особенности, жанрообразующие признаки, отличительные характеристики.

49. Художественно-публицистические жанры: особенности, жанрообразующие признаки, отличительные характеристики.

50. Типология жанров телевизионной журналистики. Превалирующие жанры телевидения: характеристики, тематика, особенности композиции и стиля.

51. Типология жанров радионной журналистики. Превалирующие жанры радиовещания: жанрообразующие признаки, характеристики, особенности композиции, стиля.

52. Типология жанров веб-журналистики. Превалирующие жанры веб-журналистики: жанрообразующие признаки, характеристики, особенности композиции, стиля.

[К содержанию](#)

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арсентьева, Г. Л. Теория и практика радиожурналистики [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособ. / Г. Л. Арсентьева. – Казань : Казан. ун-т, 2016. – 71 с. – URL: https://kpfu.ru/staff_files/F197624-6515/ARSENTEVA_Teoriya_i_praktika_radiozhurnalistiki.pdf (дата обращения: 14.12.2024).
2. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 192. – URL: <https://rucont.ru/file.ashx?guid=edcd4176-2981-4a54-b27d-99eec1db7b64> (дата обращения: 14.12.2024).
3. Березин, В. М. Фотожурналистика [Электронный ресурс] : учеб. для академического бакалавриата / В. М. Березин. – М. : Издательство Юрайт, 2016. – 226 с. – URL: <https://static.myshop.ru/product/pdf/207/2069843.pdf> (дата обращения: 14.12.2024).
4. Беркутова, Т. А. Маркетинговые коммуникации : учеб. пособие для вузов / Т. А. Беркутова. – Ростов н/Д : Феникс, 2008. – 254 с.
5. Большунов, А. Я. Деловые коммуникации : учеб. для бакалавров / А. Я. Большунов, Н. И. Киселева, Г. И. Марченко, А. В. Новиков, А. Г. Тюриков, Л. И. Чернышова / Под ред. Л. И. Чернышовой. – М. : Финансовый университет, Департамент социологии, 2018. – 338 с.
6. Гохберг, Г. С. Информационные технологии [Электронный ресурс] : учеб. / Г. С. Гохберг, А. В. Зафиевский, А. А. Короткин. – 9-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательский центр «Академия», 2014. – 240 с. – URL: https://kki.tuva.muzkult.ru/media/2020/11/15/1242224592/Goxberg_G.S._Informacionny_e_tehnologii.pdf (дата обращения: 14.12.2024).
7. Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособ. / А. А. Градюшко. – Минск : БГУ, 2019. – 239 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/240187> (дата обращения: 14.12.2024).
8. Градюшко, А. А. Принципы создания новостных текстов в интернет-журналистике [Электронный ресурс] / А. А. Градюшко. – URL: <http://docplayer.ru/45198773-Principy-sozdaniya-novostnyh-tekstov-v-internet-zhurnalistike.html> (дата обращения: 14.12.2024).
9. Дворников, Д. В. Спичрайтинг. Практические советы по написанию текстов публичных выступлений [Электронный ресурс] / Д. В. Дворников. – М. : «Издательство «Этерна», 2021. – URL: https://bookz.ru/authors/denis-dvornikov/spi4rait_397/1-spi4rait_397.html (дата обращения: 14.12.2024).

10. Евдокимов, В. А. Массмедиа в социокультурном пространстве : учеб. пособ. / В. А. Евдокимов. – М. : Инфра-М, 2014. – 224 с.
11. Землянова, Л. М. Журналистика и коммуникативистика. Концептуализация медийных процессов в современной зарубежной науке : учеб. пособ. для вузов / Л. М. Землянова. – М. : МедиаМир, 2012. – 188 с.
12. Колесниченко, А. В. Основы журналистской деятельности [Электронный ресурс] : учеб. пособ. для вузов / А. В. Колесниченко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 341 с. – URL: <https://static.my-shop.ru/product/pdf/296/2957025.pdf> (дата обращения: 14.12.2024).
13. Маклюэн, Г. М. Понимание медиа: Внешние расширения человека [Электронный ресурс] / Г. М. Маклюэн ; Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. – М. : Жуковский : «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с. – URL: http://yanko.lib.ru/books/media/mcluhan-understanding_media.pdf (дата обращения: 14.12.2024).
14. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учеб. пособ. / Б. Р. Мандель. – М. : Вузовский учебник, 2012. – 206 с.
15. Матисон, Д. Медиа-дискурс. Анализ медиа-текстов. Исследования медиа и культуры : науч. издание / Д. Матисон. – Харьков : Гуманитарный центр, 2013. – 264 с.
16. Мечковская, Н. Б. Философия языка и коммуникации : учеб. пособ. [для вузов] / Н. Б. Мечковская. – М. : Флинта : Наука, 2017. – 520 с.
17. Нікановіч, Д. А. Журналісцкае майстэрства [Электронны рэсурс] : вучэб.-метаэд. комплекс / Д. А. Нікановіч [і інш.] ; пад агул. рэд. В. М. Самусевіч, Д. А. Нікановіча. – Мінск : БДУ, 2020. – URL: – <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/248068/1/Nikanovich.pdf> (дата обращения: 14.12.2024).
18. Нікановіч, Д. А. Тэорыя і практыка менеджменту кантэнту беларускіх СМІ [Электронны рэсурс] / Д. А. Нікановіч ; навук. рэд. В. М. Самусевіч. Мінск : БДУ, 2018. – 187 с. – URL: <https://elib.bsu.by/bitstream/1234-56789/196625/1/nikanovich.pdf> (дата обращения: 14.12.2024).
19. Полуэхтова, И. А. Телевидение и его аудитория в эпоху интернета : монография / И. А. Полуэхтова / Моск. Гуманит. Ун-т. кафедра социологии ; отв. Ред. В.А. Луков. – М. : Изд-во Моск. Гуманит. Ун-та, 2018. – 184 с. – URL: <https://publications.mosgu.ru/index.php/main/catalog/download/37/34/122-1?inline=1> (дата обращения: 14.12.2024).

20. Публіцыстычны дыскурс сучасных СМІ : вучэб.-метаад. комплекс / аўтар-склад. С. С. Клундук ; Брэсц. дзярж. ун-т імя А. С. Пушкіна, каф. рускай літаратуры і журналістыкі. – Брэст : Выд-ва БрДУ, 2020. – 101 с.

21. Распопова, С. С. Технология работы журналиста над интерактивными текстами / С. С. Распопова. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologiya-raboty-zhurnalista-nad-nteraktivnymi-tekstami> (дата обращения: 13.12.2024).

22. Руденко, А. М. Психология массовых коммуникаций : учеб. для бакалавров и магистрантов вузов / А. М. Руденко, А. В. Литвинова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Донской госуд. техн. унив. – М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. – 303 с.

23. Соловьев, А. И. Основы информационно-коммуникационной деятельности [Электронный ресурс] : пособ. для студентов Ин-та журналистики БГУ / А. И. Соловьев. – Минск : БГУ, 2009. – 191 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/20393> (дата обращения: 14.12.2024).

24. Соловьев, А. И. Современные технологии массмедиа [Электронный ресурс] : пособ. для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по специальностям 1-23 01 07 «Информация и коммуникация», 1-23 01 08 «Журналистика (по направлениям)», 1-23 01 09 «Журналистика международная» / А. И. Соловьев. – Минск : БГУ, 2018. – 278 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/209523> (дата обращения: 14.12.2023).

25. Степанов, В. А. Социальные медиа в процессах трансформации журналистской деятельности в Беларуси [Электронный ресурс] : дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / В. А. Степанов. – Минск, 2017. – 192 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/173679> (дата обращения: 14.12.2024).

[К содержанию](#)

Учебное издание

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МЕДИА

Электронный учебно-методический комплекс

Автор-составитель **Клундук** Светлана Сергеевна

[К содержанию](#)