**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**Утверждаю**

Проректор по учебной работе БГУ

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ С. Н. Ходин

“\_\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2016 г.

Регистрационный № УД- \_\_\_\_\_/ уч.

**структура гипертекста современных аудиовизуальных медиа**

**Учебная программа учреждения высшего образования**

**по учебной дисциплине для специальности**

**1-23 80 05 Журналистика**

Минск, 2016

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1–23 80 05–2012, учебного плана № Е 23-151/уч. от 21.05.2014

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

*Фрольцова Нина Тихоновна,* профессор кафедры теории и методологии журналистики Института журналистики Белорусского государственного университета, доктор филологических наук, профессор

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой теории и методологии журналистики Института журналистики Белорусского государственного университета

(протокол № 5 от 24.11.2016 г.)

Научно-методическим Советом Белорусского государственного университета

(протокол № 2 от 01.01.2017 г.)

Заведующий кафедрой А.В. Потребин

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине «Структура гипертекста современных аудиовизуальных медиа» предназначена для студентов, обучающихся на второй ступени высшего образования по специальности 1-23 80 05 Журналистика.

Умение квалифицированно анализировать медиа-тексты является неотъемлемой составляющей творческой лаборатории журналиста и специалиста по информации и коммуникации. Такое умение предоставляет возможность не только глубоко воспринимать все выразительные, смысловые и суггестивные компоненты данного сообщения, но и овладевать соответствующими приемами с целью их рационального использования в индивидуальной медиа-практике.

Современная медиа-сфера отличается повышенной сложностью структурной организации, многообразием технологических способов получения и обработки различной информации, обилием каналов коммуникации и обширным арсеналом технических средств. С одной стороны, эти особенности облегчают доступ пользователей к восприятию любой, необходимой для жизнедеятельности общества и человека информации. С другой – существующая альтернатива выбора каналов коммуникации, все более возрастающие объемы информации, ее скоростная и часто одновременная доставка пользователям по многим каналам затрудняет восприятие сути сообщения, рассеивает внимание пользователя от генерирующего содержания медиатекста.

Исходя из этих особенностей медиавосприятия, целью учебной дисциплины «Структура гипертекста современных аудиовизуальных медиа» является изучение основных, доминирующих в современной информационной среде принципов построения содержания и структуры сообщений, выявление приемов повышения их эффективности и совершенствования профессионального мастерства.

Выдвинутая цель определяет задачи технологии обучения. Теоретическая основа данного раздела в сжатом изложении нашла отражение в цикле лекций. Тематика лекций сочетается с практическими занятиями и направлениями контролируемой самостоятельной работы, по ходу выполнения которых магистранты получают возможность овладеть навыками и умениями, востребованными в профессиональной медиасфере.

##### Место учебной дисциплины в системе подготовки магистра.

Учебная дисциплина «Структура гипертекста современных аудиовизуальных медиа» входит в цикл дисциплин специальной подготовки в компонент УВО учебного плана.

##### Связь с другими учебными дисциплинами.

Учебная дисциплина «Структура гипертекста современных аудиовизуальных медиа» тематически и методологически связана с учебными дисциплинами «Медиология», «Становление и перспективы мультимедийных технологий».

В результате освоения учебной дисциплины «Структура гипертекста современных аудиовизуальных медиа» магистрант должен*:*

***знать:***

– методологию использования информационных технологий в журналистике;

– конвергентные тенденции эволюции медиапространства;

– актуальные методики исследований информационного рынка;

– главные характеристики и технологии создания медиетекстов;

– методики информационного менеджмента и маркетинга.

***уметь:***

– создавать актуальные аналитические журналистские материалы;

– использовать и совершенствовать методы, методики, технологии работы с источниками информации;

– организовывать творческий процесс с использованием инноваций;

– разрабатывать и реализовывать проекты в области массовой коммуникации.

***владеть:***

* оценки конкретных жизненных ситуаций, основание своего варианта решения, программирование собственных действий;
* политического участия;
* политической толерантности;
* политического диалога;
* политической полемики.

Дисциплина «Структура гипертекста современных аудиовизуальных медиа» опирается на предварительное изучение магистрантами социально-гуманитарных (социологии, философии, политологии), дисциплин, предусмотренных учебным планом по специальности.

**Требования к академическим компетенциям, социально-личностным, профессиональным компетенциям магистра:**

**АК-1** - владеть государственными языками (белорусский, русский) в объеме, необходимом для исполнения служебных обязанностей;

**АК-2** - уметь использовать в профессиональной деятельности как минимум один из иностранных языков;

 **АК-3** – знать основные теории политической социологии;

**АК-4** - уметь выявлять проблемы, определять цели, оценивать альтернативы, выбирать оптимальный вариант решения;

**АК-5** - уметь принимать решения в условиях неопределенности и рисков;

**АК-6** - уметь определять социальные, политические, экономические тенденции и закономерности;

**АК-7** - уметь свободно ориентироваться в правовой системе Республики Беларусь;

**АК-8** - знать и уметь адаптировать лучшие практики зарубежного государственного управления к своей профессиональной деятельности.

**СЛК-1** – стремиться придерживаться этических ценностей и здорового образа жизни;

**СЛК-2** – иметь стремление повышать свой общекультурный и профессиональный уровень; владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации;

**СЛК-3** – обладать способностью к межличностным коммуникациям;

**СЛК-4** – быть способным к критике и самокритике.

**СЛК-5** –уметь планировать и прогнозировать личный жизненный путь и профессиональную карьеру.

**ПК-1** – обладать способностью выявлять социальные проблемы, определять цели, оценивать альтернативы, выбирать оптимальный вариант решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения;

**ПК -2** – владеть методами количественного анализа и моделирования

**ПК-3** –анализировать социально значимые проблемы и процессы

**ПК-4** – иметь способность организовывать идеологическую работу в коллективе

**ПК-5** – обладать способностью анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей

**ПК-6** – владеть методами организации эффективного социального взаимодействия на макро и микросоциальном уровнях.

**Количество академических часов**

|  |  |
| --- | --- |
| Факультет | журналистики  |
| Кафедра | теории и методологии журналистики |
| Курс | 1 |
| Семестр | 2 |
| Лекции  | 16 |
| Практические |  |
| УСР | 2 |
| Всего аудиторных часов по дисциплине | 18 |
| Всего часов по дисциплине | 56 |
| Форма получения высшего образования | очная |

Форма текущего контроля знаний – экзамен.

**Содержание учебного материала**

**Тема 1. Понятие гипертекста.**

История появления термина. Принципы взаимодействия теории информации и коммуникации, семиологии и теории журналистики. Понятие о междисциплинарной методологии.

**Тема 2. Основные понятия и категории семиологии.**

Эволюция научной мысли. Обзор трудов Ф.Соссюра, Ч.Пирса, Р.Барта, Ж.Деррида, У.Эко. Русская школа семиологии: В.Иванов, Ю.Лотман. Лингвистические истоки науки о знаках и текстах. Семиология как часть неклассической философии XX века. Системный и структурный подходы. Попытки создания универсальных языков и систем в культуре XX века. Культура как гипертекст.

**Тема 3. Методология и методика анализа гипертекста.**

Творческая деятельность как процесс генерирования медиатекстов. Структура творческого процесса: мотивация, целеполагание, выбор средств реализации, принципы формализации текста. Возникновение терминов медиа-культура и культура медиа в современных социально-гуманитарных науках. Вербальные и невербальные составляющие медиатекста. Линейные и нелинейные взаимосвязи гипертекста. Интертекстуальное взаимодействие и бинарная оппозиция в структуре гипертекста. Пространственно-временные отношения в тексте и гипертексте. Специфика моделирования реальности. Выбор позиции анализа: от текста—к гипертексту; от гипертекста – к тексту. Системы кодов и структура декодирования. Коннотация и денотация, приемы означения. Технология кодирования и декодирования.

**Тема 4. Теория коммуникации и гипертекст медиа.**

Понятие о коммуникации как о процессе обмена знаками-текстами. Коммуникация и порождение смысла. Информация – продукт процесса коммуникации. Информационная составляющая текста в рамках теории У.Эко, Ю.Лотмана и др. Информационная составляющая гипертекста в рамках теории Т.Нельсона. Сходство и различие теоретических и прикладных подходов. Функции коммуникатора и коммуниканта. Причины искажения содержания медиасообщения в каналах коммуникации. Специфические медиа-свойства естественных и техногенных каналов коммуникации. Сравнительный анализ ресурсообразующих компонентов существующих средств коммуникации. Новейшие технологии и принципы их влияния на гипертекст в различных средствах коммуникации.

**Тема 5. Производство и технология создания текста.**

Принципы подготовки медиатекста для прессы. Особенности восприятия письменного вербального сообщения. Понятие о логических модулях и жанровых первоструктурах, отражающихся в форме подачи сообщения. Рациональные и иррациональные факторы формирования коммуникационного взаимодействия между коммуникатором и коммуникантом. Невербальные составляющие медиатекста. Выразительные возможности восприятия фиксированных пластико-визуальных элементов в прессе. Понятие о дизайне медиатекста в зависимости от функциональной направленности и специфики канала коммуникации. Принципы подготовки текста для аудиовизуальных медиа. Сочетание визуально-пластических и звуковых компонентов. Пространственно-временные отношения в аудиовизуальном тексте. Интертекстуальные связи между речью и изображением. Вещательные форматы современного аудиовизуального текста и их влияние на структуру производства. Принципы подготовки текста для радиовещания. Аудиовосприятие в звуковых медиа. Общее и различное в использовании интертекстуальных связей. Форматы радиовещания и их влияние на структуру текста. Взаимодействие естественных и техногенных средств выражения. Моделирование пространства-времени в радиотексте.

**Тема 6. Методология и методика анализа гипертекста.**

Роль и значение психофизических и социокультурных свойств реципиента в восприятии смыслообразующих компонентов медиатекста. Единство формы и содержания сообщения. Влияние на целостность восприятия внешних условий коммуникации. Факторы диахронии и синхронии в построении и восприятии медиасообщений. Современная типология медиатекстов. Понятие форм условности и виртуальности в создании и восприятии медиасообщений. Эффективность воздействия медиатекстов на социум и личность. Принципы необратимости влияния медиатекстов на восприятие как следствие их особой, интегрированной природы в рамках гипертекста.

**Тема 7. Теория коммуникации и гипертекст медиа.**

Анализ типологических модулей медиатекстов в различных каналах коммуникации. Единство и цельность логических принципов построения. Различие в выборе вербальных и невербальных средств выражения. Сравнительное сопоставление медиатекстов однородной тематики в печати, на радио, телевидении, web-сайте. Анализ сообщений информационных агентств в различных медиасредах. Выявление отличительных особенностей восприятия материалов.

**Тема 8. Производство и технология создания текста.**

Производственные и технологические условия создания медиатекстов. Специфика процесса “творчество-производство”. Стадии процесса создания текста. Продуктивные и репродуктивные функции гипертекста. Приемы имиджмейкинга и PR в структуре современных медиатекстов. Выделение смысла, акцентирование внимания, повторы и психоэмоциональное воздействие. Принципы метонимии в структурировании восприятия. Моделирование “образа” целевого пользователя медиатекста. Семиологические ресурсы производства медиатекста в рамках оптимизации его эффективности.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер раздела, темы | Название раздела, темы | Количество аудиторных часов | Количество часов УСР | Формы контроля знаний |
| лекции | практическиезанятия | лабораторные занятия | Иное |
|  | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1. | Понятие гипертекста | 2 |  |  |  |  |  |
| 2. | Основные понятия и категории семиологии | 2 |  |  |  |  |  |
| 3.  | Методология и методика анализагипертекста | 2 |  |  |  |  |  |
| 4. | Теория коммуникации и гипертекст медиа | 2 |  |  |  |  |  |
| 5. | Производство и технология создания текста | 2 |  |  |  |  |  |
| 6. | Методология и методика анализа гипертекста | 2 |  |  |  |  |  |
| 7. | Теория коммуникации и гипертекст медиа | 2 |  |  |  |  |  |
| 8. | Производство и технология создания текста | 2 |  |  |  | 2 | контрольная работа, устный опрос |
|  | **Всего:** | **16** |  |  |  | **2** |  |

**ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

## ЛИТЕРАТУРА

***Основная***

1. Барт Р. Избранные статьи: поэтика, семиотика. М.: 1989. 368 с.
2. Каган М.С. Филосифия культуры. СПб.:Петрополис, 1996. 416 с.
3. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек—текст—семиосфера—история. М.: “Языки русской культуры”, 1999. 464 с.
4. Лукина М. Технология интервь: Учеб. пособие для вузов. 2-е изд., доп. М.: Аспект Пресс, 2005. 192 с.
5. Петров М.К. Язык, знак, культура / АН СССР, Ин-т философии. М.:Наука, 1991. – 328 с.
6. Почепцов Г. Имиджелогия. М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2000. 768 с.
7. Рашкофф Д. Медиа + Вирус! Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / Пер. с англ. Д.борисов. М.: Ультра. Культура, 2003.—368 с.
8. Руднев В.П. Словарь культуры XX века. М.: Аграф, 1999. 384 с.
9. Рюкле Х. Ваше тайное оружие в общении. Мимика, жест, движение. М.: 1996. 365 с.
10. Сивулка Дж. Мыло, секс и сигареты. История американской рекламы /Пер. с англ. СПб.: Питер, 2002, -- 576 с.
11. Федотова Л.Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение. СПб.: Питер, 2003. 352 с.
12. Фральцова Н.Ц. Праз мыльныя бурбалкi тэлерэкламы // Тэле- и радыёжурналiстыка напрыканцы стагоддзя: Зб. публ. 1990—2000 гг. Ч.2. Мн.: 2000. – С.16—21.
13. Фрольцова Н.Т. Типология творческой деятельности в аудиовизуальной коммуникации. Мн.: БГУ. 2003. 217 с.
14. Фрольцова Н.Т. Семиологическая специфика аудиовизуального текста //Жыццём і словам прысягаючы. Да 85-годдзя заслужанага работніка адукацыі Рэспублікі Беларусь, д-ра філалаг.навук, праф. М.Я.Цікоцкага: Зб.навуковых прац. Мн., 2007. С.270-278.

***Дополнительная***

1. Фрольцова Н.Т. Креативные ресурсы масс-медиа и гуманизация социальных процессов //Программа Темпус. Т.3. Мн.: БГУ, 1997.—С.199—205.

1. Фрольцова Н.Т. Аудиовизуальная коммуникация // Коммуникация: теория, методология, технологии.—Мн.: РИВШ БГУ, 2004. С.165—189.
2. Фрумкин Г.М. Введение в сценарное мастерство: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. М.: Академический Проект: Альма Матер, 2005. 144 с.
3. Шлыкова О.В. Культура мультимедиа: Уч. пособие для студентов /МГУКИ—М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. 416 с.
4. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. ТОО ТК “Петрополис”, 1998. 432 с.
5. Утилова Н.И.Монтаж как средство художественной выразительности: Уч. пособие. М.: 1994. 191 с.
6. Сиберт Ф.С., Шримм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. — М., 1998.
7. Средства массовой информации и современное общество. — СПб., 2000.

**Формы контроля усвоения пройденного материала**

**Перечень используемых средств диагностики результатов учебной деятельности**

В качестве средств диагностики используются:

1. контрольные работы

2. устные опросы

**Методика формирования итоговой оценки**

Методика формирования итоговой оценки осуществляется с учетом:

* Правила проведения аттестации (Пост. № 53 от 23.05.2012 г.)
* Положение о рейтинговой системе в БГУ ( Приказ ректора БГУ№ 382-ОД от 18.08.2015
* Критерии оценки знаний и компетенций студентов по 10-балльной шкале / Белорусский государственный университет. – Режим доступа: http://www.bsu.by/Cashe/pdf/50473.pdf

**Контрольные вопросы**

1. Содержание основных понятий и определений, связанных с категорией “текст”.
2. Эволюция формирования семиологической методологии. Ее теоретическое и прикладное значение для развития коммуникационной деятельности в различных формах и видах.
3. Естественные и искусственные знаковые системы. Их роль в формировании гипертекста и медиасреды.
4. Вербальные знаковые системы и вербальная составляющая текста.
5. Невербальные знаковые системы. Связь с рефлексией в природе, обществе, культуре.
6. Интертекстуальные взаимосвязи в процессе продуцирования текста.
7. Линейные и нелинейные принципы взаимозависимости в гипертексте.
8. Коммуникация, диалог, общение как формы функциональной реализации текста.
9. Пространственно-временные отношения в продуцировании текста и его местоположении в гипертексте.
10. Кодирование и декодирование в процессе продуцирования и восприятия текста.
11. Технические и технологические принципы производства текста в медиасфере.
12. Печатные средства коммуникации и производство текста.
13. Аудиовизуальные средства коммуникации и особенности продуцирования текста.
14. Аудиотекст и его производство в форматах радиовещания.
15. Особенности восприятия печатных, аудиовизуальных и аудиотекстов.
16. Текст как модель реальности, создание текста–моделирование реальности.
17. Художественная культура и искусство как специализированные формы гипертекста. Их влияние на текстовую структуру медиасферы.
18. Символические и семантические особенности текста как модели реальности.
19. Принципы интерпретации текста в различных формах и видах коммуникации.
20. Стереотипы как устойчивая система представлений явлений, процессов и ситуаций. Влияние стереотипов на создание и восприятие текста.

**ПРОТОКОЛ**

**СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование | Название кафедры | Предложения об изменениях в содержании учреждения высшего образования по учебной дисциплине | Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Становление и перспетивы мультимедийных технологий | Кафедра теории и методологии журналистики | Предложений нет | Замечаний нет протокол № 5 от 24.11.2016 г. |
| Медиология | Кафедра медиалогии и веб-журналистики | Предложений нет | Замечаний нет протокол № 5 от 24.11.2016 г. |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**дополнения и изменения**

**к учебной программе по УВО**

**на \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ учебный год**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Дополнения и изменения | Основание |
|  |  |  |

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры теории и методологии журналистики (протокол № \_\_от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 201\_ г.)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.В. Потребин

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

кандидат филологических наук, доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ С.В.Дубовик