

КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ НА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПОРТАЛЕ

Баранова Е.В.

Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь, BaranovaEV@bsu.by

Abstract. A discipline for Chinese undergraduates CREATIVE INDUSTRIES AND MEDIA, aimed at understanding the creative industries of mass media as an effective journalistic tool in the information society, has been submitted to the PSU educational portal. Its study actualizes creative activity, promotes the use of creative industries in journalistic practice.

Согласно учебным планам факультета журналистики БГУ, на образовательный портал БГУ (в системе Moodle) вынесена дисциплина для китайских магистрантов CREATIVE INDUSTRIES AND MEDIA. Она направлена на понимание креативных индустрий масс-медиа как эффективного журналистского инструментария в условиях информационного общества. Ее изучение актуализирует творческую деятельность, способствует использованию креативных индустрий в журналистской практике. Соответственно выставленный на дистанционную платформу лекционный материал сопровождается практическими творческими заданиями (Creative tasks), ориентированными на его усвоение [1]. Для обучающихся иностранных магистрантов это одновременно становится шансом к демонстрации своего информационного продукта.

Обобщение креативного продукта магистрантов выявило широкое использование ими новой мультимедийной электронной технологии, сочетающей журналистский текст из кратких символов-слов и его графическую визуализацию. Так создается интерактивный нарратив – специальный мультимедийный проект, посвященный конкретному событию, важной проблеме, актуальной дате, многоаспектной теме.

В качестве примера – выдержки из выполненного магистрантами задания на тему «Creative media practices in China mass-media»:

«Nowadays, with the rapid and vigorous development of China's economy, China's media industry is also developing rapidly, and there are a variety of creative media.

Now I will list some creative media of Shanghai Metro. This is Haier's physical display in Shanghai Metro, which directly shows the brand atmosphere (пример представлен на рисунке 1):



Рисунок 1 – Физический дисплей в Шанхайском метро

This is a wall sticker with cold light source to publicize the holy land of Lingshan mountain and give passers-by a sense of visual impact (пример представлен на рисунке 2).



Рисунок 2 – Настенная наклейка с холодным источником света, рекламирующая святую землю горы Линшань

Creative effect: when moving left and right bodies in the sensing area, the corresponding cup on the screen also moves left and right to catch the fallen beans (пример представлен на рисунке 3).



Рисунок 3 – Интерактивная телевизионная стена



Рисунок 4 – Интерактивное отражение Олимпийских игр

Таким образом, демонстрируемый на платформе Moodle креативный продукт магистрантов становится одновременно и репрезентацией образа жизни современного Китая. Развиваясь в русле мировых тенденций, китайские масс-медиа сохраняют специфические особенности, связанные с национальным менталитетом и сбережением традиционных общественных ценностей.

Литература

1. Образовательный портал факультета журналистики БГУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://edujourn.bsu.by/course/view.php?id=1122>.