

Министерство науки и образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Воронежский государственный технический университет»

Кафедра русского языка
и межкультурной коммуникации

СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ЖУРНАЛИСТИКЕ

*Методические указания
для студентов направления 42.03.02 «Журналистика» (профиль «Журналистика в
производственно-технической сфере») всех форм обучения (бакалавриат)*

Воронеж 2022

УДК 070 (07)
ББК 76.0я7

Составитель: Н.Б. Бугакова

Современные направления в журналистике: метод. указания для студентов, обучающихся по направлению 42.03.02 «Журналистика» / ВГТУ; сост.: Н.Б. Бугакова – Воронеж, 2022. – 14 с.

Содержат вопросы по темам курса, темы рефератов, примерные тестовые задания и списки необходимой литературы. Призваны помочь студентам в изучении предмета «Современные направления в журналистике» и привлечь их к самостоятельной работе по темам, которые входят в программу курса.

Предназначены для самостоятельной работы студентов, обучающихся по направлению 42.03.02 «Журналистика».

Методические указания подготовлены в электронном виде и содержатся в файле МУ_Совр_напр_в_журн_бак.pdf.

УДК 070 (07)
ББК 76.0я7

*Рецензент – В.И. Чечетка, канд. филол. наук,
доц. кафедры иностранных языков и теории перевода ВГТУ*

*Издается по решению редакционно-издательского совета
Воронежского государственного технического университета*

Введение

Изучение курса «Современные направления в журналистике» студентами, обучающимися по направлению 42.03.02 «Журналистика», имеет целью совершенствовать навыки и умения в сфере функционирования текстов в системе массовой коммуникации.

Предлагаемые методические указания содержат вопросы по темам курса, темы рефератов, примерные тестовые задания и списки необходимой литературы. Призваны помочь студентам в изучении предмета «Современные направления в журналистике» и привлечь их к самостоятельной работе по темам, которые входят в программу курса.

Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	Традиционные жанры и форматы в цифровой среде	Факторы изменения традиционных жанров и форматов СМИ в цифровой среде. Традиционные жанры в современных медиа. Нарративная журналистика в новых медиа. Информационные жанры в цифровой медиасреде. Аналитические форматы современных медиа. Художественно-публицистические жанры и форматы современных СМИ. Гражданская журналистика и блогосфера. Традиционные медиа в современных медиаплатформах – адаптация и синтез.
2	Трансформация традиционных жанров и форматов	Трансформация традиционных жанров и форматов СМИ. Новые платформы создания и дистрибуции медиаконтента. Мультимедийные форматы и традиционные жанры. Лонгрид – виды и жанры. Взаимодействие и синтез форматов. Новые технологии и их влияние на новые форматы медиа контента. Кликбейт и манипулятивные технологии. Технологии AR и VR (иммерсивные технологии) как новый вид медиаконтента. Развитие медийных платформ и появление новых форматов. Форматы социальных медиа.

3	Визуальные и аудиовизуальные медиаформаты. Форматы мультимедиа	Стримминг и видеоблог. Интерактивное телевидение. Гейм-стримминг. Оперативное и мобильное видео. Фотогалереи. Инфографика. Диаграммы, графики. Коллажи, мозаичное изображение. Видеофильм и видеофрагмент. Сториз. Видеоклип из фотогалереи. Фотожабы. Мемы. Вертикальное видео. Анимированные видеоролики и GIF-анимация. Видеообращение. Видеоклип. Видеотрансляция (стримм), прямой эфир в социальных медиа. Интерактивью. Интервью и ток-шоу. Скетч и стендап. Тревел-блог. Подкасты. Интерактивная радиопрограмма.
4	Текстовые форматы современных медиа. Нативные тексты. Сторителлинг.	Сторителлинг и форматы сторителлинга. Интерактивный текст и гипертекст. Нативная реклама и партнерские материалы. Текстовая основа лонгрида – жанры, структура и композиция. Трансформация форматов представления и методология современных медиатекстов (Заметка. Молния-твит. Текстовая трансляция. Отчет. Мнение. Цитата. Комментарий. Заголовок. Диалоги. Биография. Пруфф. Карточки. Лист, список, подборка. Словарь, тезаурус. История. Репортаж. Чат). Карточки.
5	Интертекстуальные и интерактивные форматы современных медиа. Маркетинговые и рекламные форматы	Интертекстуальные и интерактивные форматы современных медиа. Маркетинговые и рекламные форматы. Суггестивные тексты. Реклама. Объявления. Акции. Краудфартинг. Доннаты. Петиции. Флеш-мобы. Онлайн-курсы
6	Форматы социальных медиа (социальные сети, мессенджеры, стримплатформы)	Особенности SMM и форматов на различных платформах. Тэги и ключевые слова. Создание сообществ, групп, пабликов. Акции, конкурсы и викторины, эвент-менеджмент. Мгновенные сообщения. Мессенджеры. Социальные сети. Сториз, пост, репост. Дополненная

		реальность в социальных сетях. Монетизация. Партнерство. Реклама. Оценка эффективности публикации. Видеоблог, подкаст, блог. Каналы, стримм-платформы, прямые трансляции, комментарии, чат-боты. Рассылки и CRM. SMS-рассылки.
--	--	---

Тематика практических занятий

Тема 1. Введение

Цели курса. Предмет курса. Задачи курса. Конвергенция традиционных СМИ и новых технологических платформ. Тенденции и перспективы развития медийных технологий. Динамика, тенденции и факторы трансформации новых медиаформатов. Функциональные и языковые особенности новых медиаформатов. Социальное влияние новых медиаформатов. Монетизация современного медиаконтента.

Тема 2. Традиционные жанры и форматы в цифровой среде Факторы изменения традиционных жанров и форматов СМИ в цифровой среде

Традиционные жанры в современных медиа. Нарративная журналистика в новых медиа. Информационные жанры в цифровой медиасреде. Аналитические форматы современных медиа. Художественно-публицистические жанры и форматы современных СМИ. Гражданская журналистика и блогосфера. Традиционные медиа в современных медиаплатформах – адаптация и синтез.

Тема 3. Трансформация традиционных жанров и форматов Трансформация традиционных жанров и форматов СМИ

Новые платформы создания и дистрибуции медиаконтента. Мультимедийные форматы и традиционные жанры. Лонгрид – виды и жанры. Взаимодействие и синтез форматов. Новые технологии и их влияние на новые форматы медиа контента. Кликбейт и манипулятивные технологии. Технологии AR и VR (иммерсивные технологии) как новый вид медиаконтента. Развитие медийных платформ и появление новых форматов. Форматы социальных медиа.

Тема 4. Визуальные и аудиовизуальные медиаформаты

Форматы мультимедиа. Стримминг и видеоблог. Интерактивное телевидение. Гейм-стримминг. Оперативное и мобильное видео. Фотогалереи.

Инфографика. Диаграммы, графики. Коллажи, мозаичное изображение. Видеофильм и видеофрагмент. Сториз. Видеоклип из фотогалереи. Фотожабы. Мемы. Вертикальное видео. Анимированные видеоролики и GIF-анимация. Видеообращение. Видеоклип. Видеотрансляция (стрим), прямой эфир в социальных медиа. Интерактивную. Интервью и ток-шоу. Скетч и стендап. Тревел-блог. Подкасты. Интерактивная радиопрограмма.

Тема 5. Текстовые форматы современных медиа

Нативные тексты. Сторителлинг. Сторителлинг и форматы сторителлинга. Интерактивный текст и гипертекст. Нативная реклама и партнерские материалы. Текстовая основа лонгрида – жанры, структура и композиция. Трансформация форматов представления и методология современных медиатекстов (Заметка. Молния-твит. Текстовая трансляция. Отчет. Мнение. Цитата. Комментарий. Заголовок. Диалоги. Биография. Пруфф. Карточки. Лист, список, подборка. Словарь, тезаурус. История. Репортаж. Чат). Карточки.

Тема 6. Интертекстуальные и интерактивные форматы современных медиа

Маркетинговые и рекламные форматы Игровые и просветительские форматы – викторины, игры, кроссворды, головоломки. Рейтингование и ранжирование. Динамические форматы – таймлайн, таймлапс, слоу-моушн, «было-стало». Карточки с выбором вариантов. Тесты и опросы. Анимированные игры, квесты, пошаговые инструкции. Проверка реакции и интуиции. Навигаторы и карты. Интерактивные карты. Нативные тексты. Партнерские материалы. Суггестивные тексты. Реклама. Объявления. Акции. Краудфартинг. Доннаты. Петиции. Флеш-мобы. Онлайн-курсы.

Тема 7. Иммерсивные форматы.

Виртуальная и дополненная реальность. Интерактивное видео. 360-градусное видео. 3D-видео. Видеоигра. Видеочат. Квест. Экскурсия. Инсталляция. Реконструкция. Моделирование. Эмоджи и виртуальные аватары. Создание виртуальных пространств. Наложение и композитинг. Стилизация (старение, придание фактуры, искажение и фильтры, замена фона, вырезание и хромакей, арт-стилизация и тд.).

Рекомендуемая литература:

1. Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов [и др.]; под редакцией С. Балмаева, М. Лукиа. — Москва, Екатеринбург: Кабинетный ученый, Гуманитарный университет, 2016. — 304 с.

— ISBN 978-5-7525-3084-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75003.html>

2. Никитенко, А. А. Основы медиажурналистики: учебное пособие / А. А. Никитенко. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012. — 108 с. — ISBN 978-5-7782-1933-5. — Текст: электронный // Электроннобиблиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/44982.html>

3. Кенжегулова, Н. Жанровые формы и функции современной журналистики: учебное пособие для студентов факультета журналистики / Н. Кенжегулова. — Алматы: Казахский национальный университет им. аль-Фараби, 2012. — 160 с. — ISBN 978-601- 247-644-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/61158.html>

4. Мишова, В. В. Мультимедийные технологии: практикум для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.06 «Библиотечно-информационная деятельность», профиль «Технология автоматизированных библиотечно-информационных систем», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / В. В. Мишова. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2017. — 80 с. — ISBN 978-5-8154- 0374-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/66358.html>

5. Олешко, Е. В. Конвергентная журналистика. Профессиональная культура субъектов информационной деятельности: учебное пособие / Е. В. Олешко. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 128 с. — ISBN 978-5-7996-1470-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/68341.html>

6. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа: учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10964-1. — URL: <https://urait.ru/bcode/454518>

Примерные темы рефератов:

1. Соотношение онлайн и офлайн версий печатного издания: конвергенция контента и жанров.
2. Творческие и организационные методы создания образа России как «осажденной крепости» (на примере новостных телепрограмм).
3. Управление контентом ежедневного издания в рамках мультимедийного проекта.

4. Российская и западная пресса о политике санкций в отношении России и введении антисанкций: причины, методы, цели, последствия.
5. Политические ток-шоу на российском телевидении: тематика, методы проведения, роль ведущего.
6. Развитие стиля «инфотейнмент» в информационных программах российского телевидения.
7. Международная журналистика на российском телевидении: тематика, направленность, степень аналитики.
8. Образ России в публикациях американской прессы.
9. Интервью как жанр публицистики: тематика, методы проведения, роль ведущего (на примере программ «Познер» и «Наедине со всеми» на Первом канале, «Мой герой» на канале ТВЦ).
10. Тенденции развития спортивной журналистики на российском телевидении: тематика, проблемы, задачи, результаты

Образец тестовых заданий

1. Какая из основополагающих функций журналистики является основной?
 - а) развлекательная
 - б) непосредственно-организаторская
 - в) коммуникативная
 - г) культуруформирующая
2. Влияет ли рекламный фактор на преобразования в СМИ?
 - а) рекламный фактор существенно влияет на типологическую структуру СМИ
 - б) он влияет на качество информации, добавляя желтизны, бульварности, сенсационности в СМИ
 - в) рекламный фактор на преобразования в СМИ не влияет
 - г) влияние рекламы на СМИ многосторонне
3. На каком диапазоне частот работают негосударственные радиостанции?
 - а) диапазон УКВ (отечественный стандарт)
 - б) на РМ-диапазоне
 - в) на обоих диапазонах
4. Какие жанры современной журналистики можно отнести к информационным?
 - а) памфлет, фельетон, очерк, пародия, эпиграф, анекдот, шутка, легенда
 - б) заметка, репортаж, статья, рецензия, мониторинг, обозрение, журналистское расследование, пародия, очерк, интервью

- в) заметка, корреспонденция, интервью, блиц-опрос, репортаж.
5. Что является носителем информации на радиовещании?
- а) письменная речь
 - б) вербальная речь
 - в) видеоряд
6. Что понимается в журналистике под категорией «информация» (в широком смысле)?
- а) самый малый (по величине) жанр - заметка
 - б) это наименование группы жанров (информационные)
 - в) сведения о новых фактах внутренней и международной жизни
 - г) вся совокупность сведений вербально и невербально зафиксированных, которую несет журналистика аудитории
7. Какую прессу можно назвать прессой мнений?
- а) рекламно-информационную
 - б) массовую
 - в) качественную
 - г) онлайн – журналистику
8. Что такое «перевернутая пирамида»?
- а) структурное деление информационного агентства
 - б) структурное построение в жанре информации
 - в) графическое построение аналитических жанров
9. Что в науке журналистика понимается под категориями – «реальная» и «потенциальная» аудитории?
- а) реальная - это та часть аудитории, которая регулярно потребляет информацию данного СМИ, а потенциальная потребляет информацию не систематически
 - б) реальная аудитория - это та, которая часто сама выступает в СМИ, а потенциальная, которая пока не вовлечена в производство информации
 - в) реальная аудитория - это та, которая имеется у данного СМИ, а потенциальная - на которую информация этого масс-медиа рассчитана
10. Что достигается в процессе коммуникации?
- а) передается и усваивается социальный опыт
 - б) в процессе получения и усвоения информации происходит социализация личности
 - в) достигается необходимая организация и единство действий членов общества
 - г) достигаются все вышеназванные результаты

Примерные задания для практических работ

1. Назовите четверку наиболее популярных радиостанций?
- а) «Радио России», «Европа плюс», радио «Шансон», «Маяк»
 - б) «Радио России», «Русское радио», «Маяк», «Европа плюс»
 - в) «Маяк», «Эхо Москвы», «Европа плюс», «Наше радио»
2. Достаточно ли оптимальная структура средств массовой информации в переходный период?

- а) структура СМИ оптимальна, она не требует изменений
- б) структура СМИ отстает от процессов актуализации их функций, от роста информационных запросов аудитории
- в) структура СМИ не должна реагировать на динамику общественных перемен, структура СМИ от них не зависит

3. Когда возникает единое информационное пространство?

- а) единое информационное пространство образуется тогда, когда СМИ помогают членам общества общаться, взаимодействовать друг с другом, чтобы организованно участвовать в различных видах социальной деятельности
- б) единое информационное пространство возникает тогда, когда СМИ обеспечивают такое регулирование массовой информацией, которое способствует осуществлению информационной политики правящих элит
- в) единое информационное пространство возникает тогда, когда возникает система СМИ

4. Какие основные подсистемы включает в себя система журналистики?

- а) это печать, телевидение, радиовещание, информационные агентства
- б) основными компонентами журналистики являются редакционные коллективы, акционерные общества, холдинги, типографические концерны
- в) система СМИ включает в себя материально-техническую, экономическую, редакционную, информационную и аудиторную сферы

5. Назовите такую специфическую особенность прессы, которая не характерна ни для ТВ, ни для радио.

- а) для передачи информации только пресса использует буквенно-изобразительные средства
- б) Только печатные издания дают возможность при работе с ними без дополнительных технических средств разнообразить характер «извлечений», самостоятельно определять время, темп и ритм в общении к прессе. Пользоваться возможностью «отложенного чтения».
- в) только печатные издания пользуются для ранжирования и упорядочения информации рубрикой
- г) пресса не имеет характерных особенностей, которые отличали бы ее от других подсистем журналистики

6. На какие слои населения рассчитана качественная пресса?

- а) на все существующие в социуме сегменты аудитории
- б) качественная пресса рассчитана на население дифференцированное по возрасту и образованию
- в) предназначена для интеллектуального слоя общества, экспертов-аналитиков

7. В чем заключается основная цель средств массовой информации на современном этапе?

- а) основная цель СМИ на современном этапе - прагматическая: получать прибыль
- б) важнейшая задача изданий и программ заключается в идеологическом воспитании масс

- в) главная цель масс-медиа донести «полную и достаточную» информацию до всех слоев аудитории
8. Что такое типология СМИ?
- а) это научное познание основных законов средств массовой коммуникации
- б) типология СМИ - это их характеристика как сферы духовной, идеологической деятельности
- в) Это метод научного познания. В основе типологии лежит расчленение системы СМИ и ее группировка с помощью определенной модели или типа
9. Какие социальные типы журналистики характерны для современного периода?
- а) СМИ гражданского общества
- б) государственные СМИ
- в) государственно-общественные СМИ
- г) все перечисленные выше социальные типы масс-медиа характерны для современного периода
10. Какие основные типобразующие факторы составляют типологическую характеристику конкретного СМИ?
- а) социально-политическая направленность, аудиторная ориентированность, совокупность проблемно-тематических линий, регион распространения, творческий облик, периодичность
- б) аудиторная ориентированность, творческий облик
- в) информационная политика издания, жанровое разнообразие, авторские предпочтения
- г) взаимодействие с другими средствами массовой информации, а также наличие или отсутствие студентов-практикантов

Примерный перечень вопросов

для подготовки к экзамену/зачету:

1. Традиционные жанры СМИ.
2. Термин «формат» в массовой коммуникации.
3. Направления трансформации традиционных жанров.
4. Технологические условия трансформации жанров СМИ.
5. Социальные и экономические условия возникновения новых форматов.
6. Мировые тенденции в развитии медийных технологий.
7. Традиционные СМИ в цифровую эпоху.
8. Межличностная, групповая и массовая коммуникация под влиянием новых платформ.
9. Жанры новых медиа.

10. Форматы мультимедиа.

11. Преимущества мультимедийного автора.

12. Вербальный и невербальный компонент в материалах современных СМИ.

13. Языковые особенности новых медиаформатов.

14. Нарративная журналистика в цифровой среде.

15. Профессиональная и любительская журналистика в современном мире.

Пользовательский контент.

16. Новые платформы создания и дистрибуции медиаконтента.

17. Кликбейт и модель вовлеченного читателя: перспективы авторских стратегий.

18. Виртуальная и дополненная реальность как новый вид медиаконтента.

19. Использование QR-кода для конвергенции печатных, интернет- и мобильных версий издания.

20. Интерактивные формы взаимодействия с аудиторией в сети.

21. Сетевое видео.

22. Инфографика как способ подачи аналитической информации.

23. Текст в мультимедийных форматах.

24. Виды и функции изображений в новых медиа.

25. Встраивание аудио в мультимедийную историю.

26. Феномен социальных медиа: особенности создания и распространении контента.

27. Микроформаты в интернет-СМИ и социальных медиа.

28. SMM, монетизация контента на различных платформах.

29. Мессенджеры и социальные сети: сходства и различия, преимущества и недостатки.

30. Принципы диверсификации контента.

31. Чат-бот: что это такое и как его использовать.

32. Журналистские стратегии в условиях мультиплатформенности современных медиа.
33. Персонификация новостей. Яндекс.Дзен, Telegram, почтовые рассылки.
34. Мобильные форматы.
35. Использование новых форматов в современной российской практике.
36. Борьба и синтез новых медиаформатов.
37. Диалогичность новых медиа.
38. Аудитория цифровой эпохи: особенности медиаповедения и медиапотребления.
39. Технологии измерения аудитории. Рейтинг и трафик.
40. Новые компетенции и навыки «новых журналистов».

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
1. Содержание разделов дисциплины.....	3
2. Тематика практических занятий.....	5
3. Рекомендуемая литература.....	6
4. Примерные темы рефератов.....	7
5. Образец тестовых заданий	8
6. Примерные задания для практических работ.....	9
7. Примерный перечень вопросов для подготовки к экзамену/зачету...	11

СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ЖУРНАЛИСТИКЕ

Методические указания по дисциплине «Современные направления в журналистике»
для студентов направления 42.03.02 «Журналистика» (профиль «Журналистика в
производственно-технической сфере») всех форм обучения (бакалавриат)

Составитель: Бугакова Надежда Борисовна

Издано в авторской редакции

Подписано к изданию

Объем данных 43 Кб

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет» 394006
Воронеж, ул. 20-летия Октября, 84