

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
и образовательным инновациям

 О.И. Чуприс
«12» август 2019 г.

Регистрационный № УД- 7540 /уч

КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ В СМИ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:

1-23 80 05 Журналистика

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-23 80 05-2019 и учебного плана (№ Е-23-058/уч., Е23а–060/уч. от 11.04.2019г.) Белорусского государственного университета по специальности II ступени высшего образования (магистратуры) 1-23 80 05 «Журналистика»

СОСТАВИТЕЛЬ:

Е.В. Баранова, профессор кафедры медиалогии факультета журналистики Белорусского государственного университета, доктор политических наук, профессор

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

О.В. Терещенко, заведующая кафедрой социальной коммуникации Белорусского государственного университета, кандидат социологических наук, доцент;

Т.В. Рудаковская, директор утреннего вещания дирекции утреннего вещания ЗАО «Второй национальный телеканал»

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой кафедры медиалогии факультета журналистики Белорусского государственного университета (протокол № 5 от 29.05.2019);

Научно-методическим Советом БГУ (протокол № 5 от 28.06.2019).

Заведующий кафедрой медиалогии
факультета журналистики _____

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Креативные индустрии в СМИ» разработана для учреждений высшего образования Республики Беларусь в соответствии с требованиями образовательного стандарта по специальности 1-23 80 05 «Журналистика».

Целью является рассмотрение журналистских практик и социальной повестки дня в условиях постиндустриальной реальности. Ее изучение позволит обобщить теоретические основы медиалогии с практическим анализом особенностей современной информационной среды, понять специфику модели креативного человека, сконструированной в научной литературе, дифференцировать понятия «общественное сознание», «массовое сознание» и «общественное мнение»; использовать креативные индустрии в журналистской работе.

Задачи учебной дисциплины:

- осмысление магистрантами процессов становления и развития информационного общества, в том числе, в современной Беларуси;
- овладение методами коммуникационного воздействия на массовую аудиторию.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста с высшим образованием (магистра). Учебная дисциплина «Креативные индустрии в СМИ» относится к циклу дисциплин, входящих в компонент учреждений образования к модулю «СМИ и общество». Данная дисциплина является тематическим продолжением учебной дисциплины «Концепции информационного общества» и сочетает в себе базовые журналистские, собственно социологические и политологические подходы.

Связи с другими учебными дисциплинами: учебная дисциплина «Креативные индустрии в современном медиапространстве» тематически и методологически связана с учебными дисциплинами: «Семиология СМИ»; «Репрезентация в массмедиа».

Требования к академическим компетенциям, социально-личностным, профессиональным компетенциям магистра.

В результате освоения учебной дисциплины магистр должен:

УПК-3. Уметь применять междисциплинарные подходы для решения профессиональных задач, обладая достаточными знаниями в смежных с журналистской областях научно-практической деятельностью.

СК-2. Уметь решать профессиональные задачи и создавать востребованный на рынке творческий продукт на основании системного понимания роли и места средств массовой коммуникации в современных политических, экономических, социокультурных процессах.

знать:

- основные теоретические концепции креативного производства;
- креативные форматы и жанры журналистики;

- характеристики информационного продукта;
- содержание и разновидности информационных услуг;
- субъекты и объекты информационного воздействия.

уметь:

- актуализировать социогуманитарные смыслы креативной журналистики;
- применять на практике коммуникационные технологии СМИ;
- характеризовать медиасферу как среду формирования креативной личности;
- характеризовать информированность общества как обладание знаниями для выработки адекватных представлений об окружающей действительности;

владеть:

- творческим методом, основанным на совокупности теоретических знаний и навыков;
- технологией «эмоционального интеллекта» как журналистским методом коммуникационной деятельности СМИ.

Структура учебной дисциплины

Структура содержания учебной дисциплины включает такие дидактические единицы, как темы (разделы), в соответствии с которыми разрабатываются и реализуются соответствующие лекционные, практические и дистанционные занятия. Примерная тематика практических и дистанционных занятий приведена в информационно-методической части.

Информация об учебной дисциплине: общее количество часов, распределение аудиторного времени, трудоемкость, форма аттестации

Курс	1
Семестр	1
Всего часов по дисциплине	100
Всего аудиторных часов по дисциплине	34
Лекции	10
Семинарские занятия	22 (20+2ДО)
УСР (аудит./внеаудит.)	2 ДО
Трудоемкость учебной дисциплины	3 з.е.
Форма итоговой аттестации	экзамен

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Творчество как доминанта информационного общества

Актуализация творческой деятельности человека как общественной ценности. Творческая деятельность как важнейший элемент самореализации личности.

Креативный потенциал в работах К. Маркса.

Креативный критерий социума в работах современных авторов.

«Креативный ресурс» информации в ее воздействии на общество в теориях современных ученых.

Основные факторы креативного производства: фактор «момента творчества», фактор «коммуникативности продукта культуры», фактор информационных и коммуникационных технологий, фактор интеллектуальной собственности», фактор «ценности экспрессии», фактор профессии.

Информационность общества как обладание информацией для выработки адекватных представлений о действительности и адаптации к ним своего поведения.

Тема 2. Современная журналистика как составная часть креативной индустрии

Понятие «эмоционального интеллекта» (EQ) – группы умственных способностей, которые помогают воспринять и понять ваши собственные чувства, равно как чувства других людей и обеспечить эффективное взаимодействие с другими (Дж. Маер).

Развитый эмоциональный интеллект как управление эмоциями, эмоциональными ресурсами, смелость в принятии трудных решений, предвидение скрытых препятствий, влияние на направленность действий других, умение объединить усилия разных людей.

Способы экстраполяции креативных технологий современного бизнеса на сферу журналистской деятельности:

- сочетание рационализма и творчества (Т. Питерс);
- способность объединить редакционный коллектив в высокопродуктивную команду;
- повышение личной эффективности (П. Григал)
- создание информационного продукта, направленного на «обогащение мировосприятия».

Эмоциональный интеллект как творческий метод.

Тема 3. Инновационный медиакластер в системе креативных технологий менеджмента СМИ

Медийный кластер – конкурентоспособное информационное пространство на основе интеграции усилий науки, образования и производства.

Основные направления работы:

- разработка и внедрение информационно-коммуникационных инноваций в организациях кластера;
- выполнение научно-исследовательских работ, направленных на решение актуальных проблем, стоящих перед СМИ;
- информационное и событийное сопровождение совместной деятельности сторон;
- создание практикоориентированной образовательной среды на базе филиалов кафедр; профориентация абитуриентов.

Основные формы работы:

- научно-практические семинары;
- выполнение студенческих НИР по заказам редакционных коллективов;
- подготовка информационных материалов и совместных медийных проектов;
- привлечение к занятиям практикующих журналистов;
- организация летних школ, школ юных журналистов, проведение конкурсов и олимпиад для абитуриентов.

Медийный кластер как информационный ресурс управленческой деятельности.

Тема 4. Креативная журналистика в гуманизации социальной среды

Понятие социальной информации. Понятие социальной журналистики.

Гуманитарные контент-модели современных СМИ:

- контент газетно-журнальных СМИ;
- контент информационных агентств;
- контент электронных СМИ.

Гуманитарная повестка дня и социальные практики СМИ. Роль журналистики в создании культуротворческой среды в современном социуме.

Опытное поле «трэвил-проектов», соединяющих в себе несколько направлений медиа индустрии (информацию, образ и творчество). Феномен «умного досуга».

«Мягкая сила» как креативная составляющая формирования имиджа в информационном пространстве страны. Социальная тематика белорусских средств массовой информации как отражение социальной доминанты внутренней политики Республики Беларусь.

Тема 5. Креативные форматы и жанры современной журналистики

Теоретический аспект: креативное мышление как мотиватор развития информационного пространства.

Методологический аспект: поиск креативных репрезентаций социума в журналистской продукции.

Практический аспект:

- гибридизация форматов;
- медиапрактика эдьюмента;

- «storytelling» как форма работы с внештатными корреспондентами
- креативные методы обработки информационного контента (Bigdata).

Примерная тематика семинарских занятий

1. Творчество как доминанта информационного общества.
2. Основные факторы креативного производства.
3. Современная журналистика как составная часть креативной индустрии.
4. Эмоциональный интеллект как творческий метод.
5. Инновационный медиакластер в системе креативных технологий менеджмента СМИ.
6. Медийный кластер как информационный ресурс управленческой деятельности.
7. Креативная журналистика – в гуманизации социальной среды.
8. «Мягкая сила» как креативная составляющая формирования имиджа в информационном пространстве страны
9. Креативные форматы и жанры современной журналистики.
10. Поиск креативных репрезентаций социума в продукции СМИ.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дневная форма получения образования с применением дистанционных образовательных технологий

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Творчество как доминанта информационного общества	2	6:4+2ДО					Опрос, реферат
2	Современная журналистика как составная часть креативной индустрии	2	4					Опрос
3	Инновационный медиакластер в системе креативных технологий менеджмента СМИ	2	4					Опрос
4	Креативная журналистика в гуманизации социальной среды	2	4				2ДО	Опрос, эссе
5	Креативные форматы и жанры современной журналистики	2	4					Опрос
	Всего:	10	20+2ДО				2	

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. *Баранова, Е.А.* Новые реалии развития редакций, или Что такое газетная конвергенция: монография / Е.А. Баранова. – М.: Вузовский учебник: Инфра-М, 2016. – 185 с.
2. *Градюшко, А.А.* Интернет-версия районной газеты в условиях конвергенции медиапространства / А.А. Градюшко // «Вестник БГУ» 2015. – № 1. – С. 33–38.
3. Как новые медиа изменили журналистику, 2012–2016: сб. статей / под ред. Светланы Балмаевой и Марии Лукиной. – Екатеринбург: Гуманитарный университет. – М.: Кабинетный ученый, 2016. – 303 с.
4. Корпоративная пресса в условиях конвергенции СМИ и глобализации информационного пространства: материалы круглого стола, Минск, 16 марта 2017 г. / [редкол.: С.В. Дубовик (отв. ред.) и др.]. – Минск: Издательский центр БГУ, 2017. – 167 с.
5. *Костина, А.В.* Конструктивный социальный потенциал массовой культуры: специфика проявления в информационном обществе / А.В. Костина, А.Р. Кожаринова. – М.: URSS: Ленанд, 2015. – 244 с.
6. Мультимедийная журналистика: сб. науч. труд. Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 1–2 марта 2018 г. [под общ.ред. В.П. Воробьева. – Минск : Издательский центр БГУ, 2018. – 349 с.
7. *Пересветов, В.В.* Журналистика FULL: новостная журналистика / В. Пересветов. – Троицк: Тривант, 2016. – 148 с.
8. *Петрова, Е.В.* Человек в информационной среде: социокультурный аспект / Е.В. Петрова. – М.: ИФ РАН, 2014. – 135 с.
9. *Познин, В.Ф.* Техника и технология СМИ. Радио- и тележурналистика: учебник и практикум / В.Ф. Познин. – М.: Юрайт, 2017. – 361 с.
10. *Степанов, В.А.* Стратегии и форматы работы белорусских СМИ с пользовательским контентом из социальных медиа / В.А. Степанов // «Вестник БГУ»– 2016. – № 2. – С. 88–92.
11. *Талапина, Э.В.* Государственное управление в информационном обществе: правовой аспект: монография / Эльвира Талапина. – М.: Юриспруденция, 2015. – 187с.

Перечень дополнительной литературы

1. *Barnhurst, K.G.* Mister Pulitzer and the spider: modern news from realism to the digital / Kevin G. Barnhurst. – Urbana [etc.]: University of Illinois Press, 2016. – XVII. – 297 p.
2. *Bull, A.* Multimedia journalism: a practical guide / Andy Bull. – 2nd ed. – London; New York : Routledge, 2016. – XX. – 512 p.
3. *Koci Hernandez, R.* The principles of multimedia journalism : packaging

digital news / Richard Koci Hernandez and Jeremy Rue. – New York; London : Routledge, 2016. – XIV, 217 p.

4. Аудиовизуальные медиа в условиях трансформации социокультурной среды: материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 5 апреля 2019 г. / под общ. ред. В.Г. Булацкого. – Минск: БГУ, 2019. – 203 с.

5. Баранова, Е.А. Конвергенция СМИ устами журналистов-практиков: монография / Е.А. Баранова. – Москва: Прометей, 2017. – 104 с.

6. Мацевич-Духан, И.Я. Концепция креативной индустрии / И.Я. Мацевич-Духан. – Минск: Государственный институт управления и социальных технологий БГУ, 2018. – 231 с.

7. Мультимедийная журналистика: [уч. для вузов] / А.Г. Качкаева и др. – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 412 с.

8. Полевое руководство для научных журналистов: официальное руководство Национальной ассоциации научных журналистов / под ред. Деборы Блум, Мэри Кнудсон, Робин Маранц Хениг. – М.: Альпина нон-фикшн, 2018. – 482 с.

9. Семь интервью о научной журналистике: [учебное пособие / сост. и науч. ред. А.Н. Гуреева. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2016. – 96 с.

10. Становление и развитие цифровой трансформации и информационного общества (ИТ-страны) в Республике Беларусь / [Р.Б. Григянец и др.]. – Минск: Беларуская навука, 2019. – 226 с.

Перечень рекомендуемых средств диагностики и методика формирования итоговой оценки

Средствами диагностики знаний студентов по дисциплине являются *опрос, реферат, эссе*.

Оценка за *опрос* на лекциях и семинарских занятиях включает:

- ответ (полнота ответа) – 60 %;
- наличие аргументов, примеров из практики – 20 %;
- постановка вопросов – 20 %.

Оценка за *реферат* включает:

- знание теоретических основ;
- оригинальность выбранной темы – 50 %;
- полнота выполненного задания – 50 %.

Оценка *эссе* включает:

- актуальность темы – 20 %;
- оригинальность текста – 10 %;
- структурность и последовательность изложения – 50 %;
- грамотность стиля изложения – 20 %.

Формой текущей аттестации по дисциплине «Креативные индустрии и СМИ» учебным планом предусмотрен экзамен.

При формировании итоговой оценки используется рейтинговая оценка знаний студента, дающая возможность проследить и оценить динамику

процесса достижения целей обучения. Рейтинговая оценка предусматривает использование весовых коэффициентов для текущего контроля знаний и текущей аттестации студентов по дисциплине.

Примерные весовые коэффициенты, определяющие вклад текущего контроля знаний и текущей аттестации в рейтинговую оценку:

- ответы на практических занятиях (опрос);
- креативные формы работы: реферат; эссе – 50 %.

Задания для семинарского занятия по теме 1: «Творчество как доминанта информационного общества» (ДО)

Подготовьте реферат о роли журналистики в информационном обществе. Разъясните, что определило для Вас выбор этой специальности.

Задание для управляемой самостоятельной работы с использованием СДО

по теме 4:

«Креативная журналистика в гуманизации социальной среды».

Расскажите о форме своего «умного досуга». Приведите в качестве примера подготовленное Вами эссе, нарисованную картинку, сочиненное стихотворение и т.д.

Описание инновационных подходов и методов преподаванию учебной дисциплины

При организации образовательного процесса используются следующие методы и подходы:

- 1) практико-ориентированный подход, который предполагает:
 - освоение содержания образования через решения практических задач;
 - приобретение навыков эффективного выполнения разных видов профессиональной деятельности;
 - ориентацию на генерирование идей, реализацию групповых студенческих проектов, развитие предпринимательской культуры;
 - использование процедур, способов оценивания, фиксирующих сформированность профессиональных компетенций;
- 2) метод проектного обучения, который предполагает:
 - способ организации учебной деятельности студентов, развивающий актуальные для учебной и профессиональной деятельности навыки планирования, самоорганизации, сотрудничества и предполагающий создание собственного продукта;
 - приобретение навыков для решения исследовательских, творческих, социальных, предпринимательских и коммуникационных задач;
- 3) метод учебной дискуссии, который предполагает участие студентов в целенаправленном обмене мнениями, идеями для предъявления и/или согласования существующих позиций по определенной проблеме.

Использование метода обеспечивает появление нового уровня понимания изучаемой темы, применение знаний (теорий, концепций) при решении проблем, определение способов их решения.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся

При изучении учебной дисциплины «Креативные индустрии в СМИ» используются следующие формы самостоятельной работы:

- поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к аудиторным занятиям;
- подготовка к экзамену;
- научно-исследовательская работа;
- анализ статистических и фактических материалов по заданной теме;
- подготовка и написание рефератов, эссе, моделирование, письменная работа; планирование;
- подготовка к участию в конференциях и конкурсах.

Текущая самостоятельная работа обучающихся направлена на углубление и закрепление знаний, развитие практических умений.

Самостоятельная работа представляет собой анализ теоретического материала. Предусмотрено выполнение заданий прикладного характера (написание рефератов и эссе) на основе полученных теоретических знаний.

Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Актуализация творческой деятельности человека как общественной ценности. Творческая деятельность как важнейший элемент самореализации личности.
2. «Креативный ресурс» информации в ее воздействии на общество в теориях современных ученых.
3. Информационность общества как обладание информацией для выработки адекватных представлений о действительности и адаптации к ним своего поведения.
4. Понятие «эмоционального интеллекта». Развитый эмоциональный интеллект.
5. Способы экстраполяции креативных технологий современного бизнеса на сферу журналистской деятельности.
6. Эмоциональный интеллект как творческий метод.
7. Понятие медийного кластера.
8. Основные направления работы медийного кластера.
9. Основные формы работы медийного кластера.
10. Медийный кластер как информационный ресурс управленческой деятельности.

11. Понятие социальной информации. Понятие социальной журналистики.
12. Гуманитарные контент-модели современных СМИ.
13. Роль журналистики в создании культуротворческой среды в современном социуме.
14. Опытное поле «трэвил-проектов», соединяющих в себе несколько направлений медиа индустрии (информацию, образ и творчество). Феномен «умного досуга».
15. «Мягкая сила» как креативная составляющая формирования имиджа в информационном пространстве страны.
16. Социальная тематика белорусских средств массовой информации как отражение социальной доминанты внутренней политики Республики Беларусь.
17. Креативное мышление как мотиватор совершенствования информационного пространства.
18. Поиск креативных репрезентаций социума в журналистской продукции.
19. Расширение рынка телевизионных форматов.
20. Гибридизация порталов.
21. «Экспериментальный» репортаж.
22. Креативные методы обработки информационного контента (BigData К. Линч).
23. Гуманитарная повестка дня и социальные практики СМИ.
24. Основные факторы креативного производства.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название Кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
1.Семиология СМИ	медиалогии	Предложений и замечаний нет	Программа утверждена на заседании кафедры медиалогии факультета журналистики (протокол № 5 от 29.05.2019).
2.Репрезентация в массмедиа	медиалогии	Предложений и замечаний нет	Программа утверждена на заседании кафедры медиалогии факультета журналистики (протокол № 5 от 29.05.2019).

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ ПО
ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
_____ (протокол № ____ от _____ 201_ г.)

Заведующий кафедрой

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета
