

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций
Центр дополнительного профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ

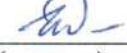
Проректор
по образовательной деятельности



Е.А. Турилова
(подпись) 2022 г.



**Дополнительная профессиональная программа
повышения квалификации
«Визуальный медиатекст. Особенности потребления и конструирования»**

Утверждена Учебно-методической комиссией Института социально-философских наук и
массовых коммуникаций КФУ (протокол № 7 от «25» мая 2022 г.)

Председатель комиссии  Дорошук Е.С.
(подпись)

Руководитель
Центра ДПО ИСФНиМК  М.Ю. Ефлова
(подпись)

« » 2022 г.

Казань – 2022



1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Цель реализации программы

Целью программы является совершенствование и формирование новых компетенций у слушателей программы:

- способность к семиотическому и экологическому анализу визуальной компоненты социальных и культурных практик;
- способность к критическому рассмотрению и авторскому созданию медиатекстов с использованием визуальной компоненты для различных типов медиаресурсов в рамках традиционных и новых форматов;
- способность изучать интересы массовой аудитории в визуальной информации различного профиля.

1.2. Планируемые результаты обучения

В результате освоения программы слушатель

должен знать:

- специфику функционирования медиатекстов в социальной и культурной среде;
- особенности визуальной информации в ряду других типов информации, воспринимаемых человеком;
- основы психологического и нейропсихологического восприятия визуального контента;
- критерии экологичности массовой информации, в том числе визуальной.

должен уметь:

- создавать медиатексты с визуальной компонентой для различных типов медиаресурсов в рамках традиционных и новых форматов;
- находить творческие решения включения визуальной компоненты в авторский медиатекст;
- прогнозировать эффекты и эффективность воздействия на массовое сознание визуальной информации;
- пользоваться терминологическим аппаратом из сферы массовой коммуникации и визуальной антропологии.

должен владеть:

- способами конструирования различных типов медиатекстов с использованием визуальной информации;
- навыками применения к массовой визуальной информации этических и правовых норм информационного права;
- основными подходами к изучению потребностей целевых аудиторий;
- основами концептуализации визуального контента определенного типа.

1.3. Требования к уровню подготовки поступающего на обучение

К освоению программы допускаются лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

1.4. Программа разработана на основе профессиональных стандартов:

- «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28 октября 2014 г. N 811н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 ноября 2014 г., регистрационный N 34949);

- «Корреспондент средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 21 мая 2014 г. N 339н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 5 июня 2014 г., регистрационный N 32589).

1.5. Форма обучения – очно-заочная с применением дистанционных образовательных технологий.

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Учебный план

Наименование разделов	Трудоёмкость, час	Аудиторные занятия			Дистанционные занятия		
		Всего, час.	в том числе		Всего, час.	в том числе	
			лекции	прак. занятия, семинары		лекции	прак. занятия, семинары
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Визуальное как медиасообщение	10	6	6	0	4	4	0
Влияние визуальной медиакультуры на трансформацию повседневности	2	2	2	0	0	0	0
Слово и визуальный образ	2	0	0	0	2	2	0
Психофизиология визуального восприятия	2	0	0	0	2	2	0
Новые медиа: далеко ли мы уйдем от привычных статей и видеосюжетов?	2	2	2	0	0	0	0
Публичная история языком кинодокументалистики	2	2	2	0	0	0	0
Раздел 2. Визуальное как медиатехнология	16	8	1	7	8	0	8
Креативные возможности визуальных медиа: техника сторителлинга	2	2	1	1	0	0	0
Передаем событие через образ: инфографика и лонгрид	4	0	0	0	4	0	4
Big data как арт-искусство	2	0	0	0	2	0	2
Портретная кинодокументалистика: работа над сценарием	2	0	0	0	2	0	2
Как превратить в событие музейный экспонат	2	2	0	2	0	0	0
Интервью-портрет: от первых визуальных впечатлений о собеседнике до его образа	2	2	0	2	0	0	0
Особенности структуры телевизионных новостей	2	2	0	2	0	0	0
Раздел 3. Визуальное как практика	10	4	3	1	6	1	5
Семиотика рекламы	2	2	1	1	0	0	0
Базовые этические программы в телевизионных медиатекстах	2	2	2	0	0	0	0

Наименование разделов	Трудоемкость, час	Аудиторные занятия			Дистанционные занятия		
		Всего, час.	в том числе		Всего, час.	в том числе	
			лекции	прак. занятия, семинары		лекции	прак. занятия, семинары
1	2	3	4	5	6	7	8
Смерть на документальном экране: границы допустимого	2	0	0	0	2	0	2
Телевизионные сюжеты как предмет информационных споров	2	0	0	0	2	0	2
Травмагенность материалов СМИ	2	0	0	0	2	1	1
Всего	36	18	10	8	18	5	13
Итоговая аттестация	4	4	0	0	0	0	0
Итого	40						

2.2. Календарный учебный график

Период обучения (дни) ¹⁾	Наименование раздела
1	2
Первый день	Влияние визуальной медиакультуры на трансформацию повседневности Слово и визуальный образ Новые медиа: далеко ли мы уйдем от привычных статей и видеосюжетов?
Второй день	Психофизиология визуального восприятия Публичная история языком кинодокументалистики Как превратить в событие музейный экспонат
Третий день	Креативные возможности визуальных медиа: техника сторителлинга Смерть на документальном экране: границы допустимого
Четвертый день	Семиотика рекламы Передаем событие через образ: инфографика и лонгрид
Пятый день	Базовые этические программы в телевизионных медиатекстах Big data как арт-искусство Портретная кинодокументалистика: работа над сценарием
Шестой день	Интервью-портрет: от первых визуальных впечатлений о собеседнике до его образа Телевизионные сюжеты как предмет информационных споров
Седьмой день	Особенности структуры телевизионных новостей Травмагенность материалов СМИ
Восьмой день	Итоговая аттестация: сдача рефератов, выступления на «круглом столе»

¹⁾Даты обучения будут определены в расписании занятий при наборе группы на обучение

2.3. Рабочие программы разделов

№, наименование темы	Содержание лекций (количество часов)	Наименование практических занятий или семинаров (количество часов)
1	2	3
Раздел 1. Визуальное как медиасообщение		
Тема 1.1. Влияние визуальной медиакультуры на трансформацию Повседневности	Феномен повседневности в визуальной медиакультуре. Формы и средства репрезентации повседневности В современной культуре. (2 ч.)	
Тема 1.2. Слово и визуальный образ	Переход от «культуры уха» к «культуре глаза» в эпоху Возрождения. «мультимедийность» коммуникации в эпоху постмодернизма. Необходимость «перевода» языков . Источник воображения и вдохновения. (2 ч.)	
Тема 1.3. Психофизиология визуального восприятия	Основные психофизиологические теории восприятия. Пороги восприятия. Визуальное восприятия как психический познавательный процесс. Закономерности зрительного восприятия. Визуальное мышление. (2 ч.)	
Тема 1.4. Новые медиа: далеко ли мы уйдем от привычных статей и видеосюжетов?	На конкретных практиках иллюстрируется конвергенция старых и новых форматов. Новые возможности и форматы в журналистике (2 ч.)	
Тема 1.5. Публичная история языком документалистики	Документальные фильмы на телевидении, их роль в формировании массового исторического сознания. Критический анализ форм визуализации исторической проблематики в публичных пространствах. (2 ч.)	
Раздел 2. Визуальное как медиатехнология		
Тема 2.1. Креативные возможности визуальных медиа: техника сторителлинга	Понятие и функции сторителлинга, почему каждой визуализируемой медийной истории необходима драматургия.	Приемы создания запоминающейся мультимедийной истории и как выиграть конкуренцию

	(1 ч.)	за внимание аудитории. Приемы выразительной подачи информации. Распространенные заблуждения о сторителлинге. (1 ч.)
Тема 2.2. Передаем событие через образ: инфографика и лонгрид		Инфографика: функции и виды, правила создания. Учимся трансформировать длинный текст в графический образ. Этапы создания лонгрида. Учимся создавать лонгриды, которые будут читать и смотреть до конца. Слагаемые мультимедийной истории и ее драматургия. (4 ч.)
Тема 2.3. Big data как арт-искусство		Small Data и Big Data. Науки о данных. Журналистика больших данных. Ресурсы для визуализации больших данных. Примеры из медиа. (2 ч.)
Тема 2.4. Портретная кинодокументалистика: работа над сценарием.		Разбираются сценарии известных лент кинодокументалистов, творческая работа представлена как технология (2 ч.)
Тема 2.5. Как превратить в событие музейный экспонат		На примере авторского проекта работы с музеями показывается, как, обратившись к музейным экспонатам, объяснить прошлое и понять настоящее (2 ч.)
Тема 2.6. Интервью-портрет: от первых визуальных впечатлений о собеседнике до его образа		О том, как в ходе интервью учитывать визуальное впечатление от собеседника и использовать его при создании образа (2 ч.)
Тема 2.7. Особенности структуры телевизионных новостей		Производится структурный разбор новостных сюжетов, анализируется сочетание речи за кадром и видеоряда (2 ч.)

Раздел 3. Визуальное как практика		
Тема 3.1. Семиотика рекламы.	Раскрывается понятие семиотики медиасферы, дается представление о том, как смысл переходит в значение и далее – в знак (1 ч.)	На конкретных примерах визуальной рекламы рассматривается, как через знаки социальной и культурной реальности конструируется рекламное послание (1ч.)
Тема 3.2. Базовые этические программы в телевизионных сериалах	На примере телевизионных сериалов и других телевизионных текстов показывается, как проводятся через них базовые этические ценности (2 ч.)	
Тема 3.3. Смерть на документальном экране: границы допустимого		На примере конкретных сюжетов приводятся случаи демонстрации документального шок-контента. Дается оценка эксперта по информационным спорам, которая осуществлялась автором. (2 ч).
Тема 3.4. Телевизионные сюжеты как предмет информационных споров		Автор показывает конкретные телевизионные сюжеты, по которым он готовил экспертизы для Общественной коллегии по жалобам на прессу. Акцент сделан на сюжетах по умалению деловой репутации, защите чести и достоинства (2 ч.)
Тема 3.5. Травмагенность материалов СМИ	Социальные потрясения и СМИ: эмоциональная волна и посредники катарсиса (1 ч.)	Факторы усиливающие и ослабляющие травмагенность материалов СМИ (Ю. Белозерова) (1 ч.)

2.4. Оценка качества освоения программы (формы аттестации, оценочные и методические материалы)

2.4.1. Формы аттестации

Итоговая аттестация – экзамен – проводится в форме подготовки реферата и выступления по нему на «круглом столе».

2.4.2. Примерные темы рефератов:

1. Герои массового кинематографа
2. Национальный проект в медиа-дискурсе: визуальная подача
3. Мастера кинодокументалистики
4. Медианасилие на телевизионном экране

5. Молодежь в современном медиа-дискурсе
6. Образ женщины в телевизионной рекламе.
7. Образ мужчины в телевизионной рекламе.
8. Образы поколений в текстах массовой коммуникации.
9. Образ радости.
10. Персонажи компьютерных игр.
11. Персонажи криминальной хроники.
12. Персонажи реалити-шоу.
13. Психологическое воздействие документальных сюжетов
14. Психологическое воздействие теленовостей
15. Русский проект в медиа-дискурсе: визуальная подача
16. Семиотика массовых праздников
17. Семиотика рекламы
18. Старшее поколение в современном медиа-дискурсе.
19. Средства массовой информации о победителях и аутсайдерах.
20. Этические идеи в телевизионной рекламе
21. Этнические, национальные (цивилизационные) идентичности в российском медиа-дискурсе: визуальные образы
22. Человек-победитель в современном медиа-дискурсе

2.4.3. Критерии оценивания

Баллы в интервале 86-100% от максимальных ставятся, если:

Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности к тому, чтобы применить полученные знания к интерпретации практики.

Баллы в интервале 71-85% от максимальных ставятся, если:

Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности к тому, чтобы применить полученные знания к интерпретации практики.

Баллы в интервале 56-70% от максимальных ставятся, если:

Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности к тому, чтобы применить полученные знания к интерпретации практики.

Оценка результатов:

Количество баллов за устный ответ	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	балл (отметка)	вербальный аналог
86 ÷ 100	5	отлично
71 ÷ 85	4	хорошо
56 ÷ 70	3	удовлетворительно
менее 56	2	неудовлетворительно

3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

3.1. Материально-технические условия

Наименование специализированных учебных помещений	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения

Учебный класс	Лекции, практические занятия (семинары)	Мультимедийное оборудование, проектор, компьютеры, МФУ. Компьютер, подключенный к сети Интернет, интернет-браузер. Adobe Flash Player; Adobe Reader
---------------	--	---

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение

Список литературы

1. Белозерова, Ю. Террористические акты в российской и американской прессе: психологический аспект // Меди@альманах. – 2004. — № 1. – с. 26 – 37.
2. Визуальная антропология: Новый взгляд на социальную реальность. Сб-к науч.ст. – Саратов: Научная книга, 2007. – 528 с.
3. Визуальный образ (Междисциплинарные исследования). – М.: ИФРАН, 2008. – 247 с.
4. Винтерхофф-Шпурк, Петер. Медиapsихология. Основные принципы: пер. с нем. - Харьков: Гуманитарный Центр: А.В. Ковчегин, О.А. Шипилова, 2016. – 268 с.
5. Жанры современной журналистики / Р.П. Баканов, Л.Г. Егорова, Л.Р. Сабирова, Д.В. Туманов. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2022. – 260 с.
6. Желязны Д. Говори на языке диаграмм: Пособие по визуальным коммуникациям для руководителей / Пер. с англ А. Мучника. – М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2004. – 220 с.
7. Крок Луи. Психологическое воздействие терроризма // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2007. №9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskoe-vozdeystvie-terrorizma> (дата обращения: 30.06.2022).
8. Кульчицкая Д.Ю. Новые медиа в глобальном мире. – М.: Аспект Пресс, 2021. – 141 с.
9. Кульчицкая Д.Ю., Галустян А.А. Лонгриды в онлайн-СМИ: особенности и технология создания. – М.: Аспект Пресс, 2018. – 80 с.
10. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. – М.: Аванти плюс, 2003. – 428с.
11. Макки Р. История на миллион долларов. Мастер-класс для сценаристов, писателей и не только... – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 600 с.
12. Маккэндлесс Д. Инфографика. Самые интересные данные в графическом представлении / Пер. с англ. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 264 с.
13. Маховская, О. И. Дети и телевидение: история психологических исследований и экспертизы телепрограмм для детей: монография / О.И. Маховская, Ф.О. Марченко. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 172 с.
14. Медиа. Введение: Учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700) / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; Пер. с англ. [Ю.В. Никуличева]. — 2-е изд. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 550 с.
15. Розин В. Семиотические исследования. – М.: ПЕР СЭ; СПб.: Университетская книга, 2001. – 256 с.
16. Розм Д. Практика визуального мышления. Оригинальный метод решения сложных проблем / Пер. с англ. П. Миронова. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 280 с.
17. Сотникова О.П. Интернет-издание от А до Я. Руководство для веб-редактора. – М.: Аспект Пресс, 2014. – 160 с.
18. Телевидение: Режиссура реальности. - Сост. Д.Дондурей- М.: Искусств кино, 2007. – 360 с.
19. Уткин А., Покровская Н. Белое зеркало: учебник по интерактивному сторителлингу в кино, VR и иммерсивном театре. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 240 с.

20. Шайхитдинова С.К. Поле СМИ и «неусвоенное наследство». – Казань: Издательство Казанского университета, 2021. – Кн. 2. – 234 с. – Серия «“Ситуация человека” в пространстве коммуникаций»
21. Шестеркина Л.П. Универсальная журналистика. – М.: Аспект Пресс, 2016. – 480 с.

3.3. Кадровые условия

Кадровое обеспечение программы осуществляет профессорско-преподавательский состав из числа докторов и кандидатов наук и высококвалифицированных специалистов Казанского (Приволжского) федерального университета.

3.4. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды

Электронные информационные ресурсы	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Microsoft Teams	Лекции и семинары	Компьютер, подключенный к сети Интернет, интернет-браузер

4. РУКОВОДИТЕЛЬ И АВТОР(Ы) ПРОГРАММЫ

Руководитель: Ефлова Мария Юрьевна, заместитель директора по научной деятельности ИСФНиМК КФУ, руководитель Центра дополнительного профессионального образования ИСФНиМК КФУ.

Автор: Шайхитдинова Светлана Каимовна, профессор кафедры национальных и глобальных медиа ИСФНиМК КФУ.