

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП

Т.А. Тризно

«04» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующая кафедрой журналистики и
медиакоммуникаций
Г.С. Белолипская

«04» апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ЭСТЕТИКА МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

Составитель

Максимова Н.В., кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Согласовано с работодателями:

Ядыкин Р.Ю., первый заместитель министра государственного управления, информационных технологий и связи Астраханской области
Линько М.О., директор маркетингового агентства «Микс»

Направление подготовки /
специальность

**42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Направленность (профиль) /
специализация ОПОП

Квалификация (степень)

бакалавр

Форма обучения

очная, заочная

Год приёма

2024

Курс

**1 (очная форма обучения)
4 (заочная форма обучения)**

Семестры

**2 (очная форма обучения)
7 (заочная форма обучения)**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Целью освоения дисциплины «Эстетика медиакommunikаций» является формирование готовности студента, в опоре на теоретическое и практическое владение основными категориями искусства, психологии искусства и эстетики, грамотно выявлять, характеризовать, представлять и оценивать психологическое, художественное и эстетическое воздействие и содержание медиатекстов на культуру личности, группы и общества.

1.2. Задачи освоения дисциплины: ознакомление студентов со спецификой целевой, художественной и эстетической образности медиатекстов; развитие творческой готовности и умений выпускника выделять, анализировать и оценивать художественную составляющую медиаконтента и его отдельных элементов; закрепление навыков студентов по выявлению, изучению и обоснованной оценке эстетического содержания медиатекстов как произведений массового искусства.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Эстетика медиакommunikаций» относится к обязательной части.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения, навыки, формируемые предшествующими учебными дисциплинами (модулями): – «*Основы проектной деятельности*»

Знания: основные технологии, инструменты, методы, применяемые в медиапроектировании; различные виды и типы инструментов;

Умения: применять полученные знания в профессиональной и практической деятельности, понимать, каким образом конструируются инструменты медиапроектирования;

Навыки: выбора инструментов, подстройки медиапроектов к особенностям медиасистемы, в которой они функционируют.

– «*Основы теории коммуникации*»

Знания: основы теории коммуникации как акта общения, состоящего в обмене сообщениями с целью достижения определенного эффекта; коммуникации как вида деятельности с определенными методами и навыками достижения планируемого эффекта; действующие в этом процессе барьеры и факторы организации эффективной коммуникации; взаимосвязь коммуникации как вида деятельности с параметрами экономического, политического, социального пространства; основные точки напряжения, асоциальные эффекты социальной коммуникации, способы снятия конфликтов и её гуманизации.

Умения: соотносить теоретические схемы изучения коммуникации с практикой мировой культуры; прогнозировать сценарии коммуникации в процессе практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью с учетом факторов организации эффективного коммуникационного процесса, использовать полученные знания для подготовки текстов, отвечающих данным критериям.

Навыки: владеть навыками анализа практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью, а также гармоничного общения в студенческой и будущей профессиональной среде с учетом наработанных теорией способов достижения эффективной коммуникации.

2.3. Последующие учебные дисциплины (модули) и (или) практики, для которых необходимы знания, умения, навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

Знания, полученные в ходе изучения курса «Эстетика медиакommunikаций», развиваются через содержание сопутствующей дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» и последующих дисциплин «История рекламного плаката», «Технологии медиаторчества», а также закрепляются в процессе написания курсовых работ, подготовки бакалаврской работы, в период прохождения производственной практики.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

а) универсальных (УК):

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально- историческом, этическом и философском контекстах

б) общепрофессиональных (ОПК):

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

в) профессиональных (ПК)

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
УК-5	<p>УК-5.1. Анализирует социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений</p> <p>УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям Отечества</p> <p>УК-5.3. Конструктивно взаимодействует с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения</p>	<p>– ключевые этапы исторического развития России в мировом контексте, основные философские, религиозные и этические учения, а также основы социокультурных традиций народов мира</p> <p>– основные вехи и символы исторического наследия России, а также ключевые социокультурные традиции и ценности народов Российской Федерации</p> <p>– основы межкультурной коммуникации, особенности вербального и невербального поведения в</p>	<p>– анализировать и сравнивать социокультурные особенности различных социальных групп, выявляя их исторические и мировоззренческие предпосылки</p> <p>– проявлять уважение к культурному разнообразию и историческому наследию в повседневной и профессиональной деятельности</p> <p>– выстраивать эффективное взаимодействие с представителями различных социокультурных групп, учитывая их традиции, ценности и коммуникационные особенности</p> <p>– формулировать и аргументировать собственную</p>	<p>– навыком применения историко-культурных и философских знаний для проведения межкультурного анализа и понимания специфики разных социальных групп</p> <p>– навыками толерантного поведения и уважительного отношения к культурным и историческим памятникам, традициям и обычаям</p> <p>- навыками эмпатии, медиации и адаптации стиля общения для успешного профессионального взаимодействия и решения задач социальной интеграции</p> <p>– навыками</p>

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
	<p>профессиональных задач и социальной интеграции</p> <p>УК-5.4. Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личного характера</p>	<p>разных культурах, принципы социальной интеграции</p> <p>– основные философские концепции, системы ценностей, принципы гражданского общества и правового государства.</p>	<p>гражданскую позицию, конструктивно участвовать в дискуссиях по мировоззренческим и общественным проблемам.</p>	<p>критического мышления, ценностного самоопределения и ведения продуктивного диалога при обсуждении сложных социальных и личностных вопросов.</p>
ОПК-3.	<p>ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.</p> <p>ОПК-3.2. Применяет средства художественной выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) медиапродуктах, и (или) медиапроектах, и (или) текстах рекламы и связей с общественностью, и (или) иных коммуникационных продуктах</p>	<p>– основные этапы, ключевые явления и имена отечественного и мирового культурного процесса в контексте их влияния на современные медиа и коммуникации</p> <p>– арсенал средств художественной выразительности (тропы, стилистические фигуры, композиционные и визуальные приемы) и принципы их воздействия на аудиторию</p>	<p>– анализировать и интерпретировать явления культуры для создания релевантных и содержательных медиатекстов и коммуникационных продуктов</p> <p>– осознанно отбирать и применять различные средства художественной выразительности для создания выразительных, эмоционально насыщенных и стилистически выверенных текстов и медиапродуктов</p>	<p>– навыком интеграции знаний о культурном контексте в творческий процесс для обогащения содержания и усиления воздействия создаваемых продуктов</p> <p>– навыком виртуозного использования языка и визуального ряда как инструментов творчества для достижения конкретных коммуникационных целей</p>

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 2 зачетных единицы (72 часа).

Таблица 2.1. Трудоемкость отдельных видов учебной работы по формам обучения

Вид учебной и внеучебной работы	для очной формы	для заочной формы
---------------------------------	-----------------	-------------------

	обучения	обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	2	2
Объем дисциплины в академических часах	72	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.):	18	4
- занятия лекционного типа, в том числе:	0	0
- практическая подготовка (если предусмотрена)		
- занятия семинарского типа (семинары, практические, лабораторные), в том числе:	18	4
- практическая подготовка (если предусмотрена)	–	
- в ходе подготовки и защиты курсовой работы	–	
- консультация (предэкзаменационная)	–	
- промежуточная аттестация по дисциплине	–	
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	54	68
Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен), семестр (ы)	зачет – 2 семестр	зачет – 7 семестр

Таблица 2.2. Структура и содержание дисциплины

для очной формы обучения

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации [по семестрам]
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Медиакультура, медиаискусство и медиаэстетика: истоки, ценности, этапы развития, структура и специфика.			3					9	12	Собеседование Практическое задание Доклад
Тема 2. Психология созидания, восприятия и оценки медиаискусства и его артефактов.			3					9	12	Собеседование Практическое задание Доклад
Тема 3. Основные современные концепции «неклассической» эстетики.			3					9	12	Собеседование Практическое задание Доклад
Тема 4. Эстетика постмодернизма. Проблема соотношения эстетики авангарда и постмодернизма			3					9	12	Собеседование Практическое задание Доклад
Тема 5. Эстетическое содержание и эстетическая типология медиатекста			3					9	12	Собеседование Практическое задание Доклад

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, ф орма промежуточно й аттестации [по семестрам]
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	Л Р	в т.ч. ПП				
Тема 6. Эстетика рекламы и масс-медиа			3					9	12	Собеседование Практическое задание Доклад Контрольная работа
Консультации										–
Контроль промежуточной аттестации										Зачёт
ИТОГО за семестр:			18					54	72	

для заочной формы обучения

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, ф орма промежуточно й аттестации [по семестрам]
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	Л Р	в т.ч. ПП				
Тема 1. Медиакультура, медиаискусство и медиаэстетика: истоки, ценности, этапы развития, структура и специфика.			2					10	12	Собеседование Практическое задание Доклад
Тема 2. Психология созидания, восприятия и оценки медиаискусства и его артефактов.			2					10	12	Собеседование Практическое задание Доклад
Тема 3. Основные современные концепции «неклассической» эстетики.								12	12	Собеседование Практическое задание Доклад
Тема 4. Эстетика постмодернизма. Проблема соотношения эстетики авангарда и постмодернизма								12	12	Собеседование Практическое задание Доклад
Тема 5. Эстетическое содержание и эстетическая типология медиатекста								12	12	Собеседование Практическое задание Доклад
Тема 6. Эстетика рекламы и масс-медиа								12	12	Собеседование Практическое задание

										Доклад Контрольная работа
Консультации										–
Контроль промежуточной аттестации										Зачёт
ИТОГО за семестр:			4					68	72	

Примечание: Л – лекция; ПЗ – практическое занятие, семинар; ЛР – лабораторная работа; ПП – практическая подготовка; КР / КП – курсовая работа / курсовой проект; СР – самостоятельная работа

Таблица 3. Матрица соотнесения разделов, тем учебной дисциплины и формируемых компетенций

Раздел, тема дисциплины	Кол-во часов	Код компетенции				Общее количество компетенций
		УК-5	ОПК-3			
Тема 1. Медиакультура, медиаискусство и медиаэстетика: истоки, ценности, этапы развития, структура и специфика.	12	+	+			2
Тема 2. Психология созидания, восприятия и оценки медиаискусства и его артефактов.	12	+	+			2
Тема 3. Основные современные концепции «неклассической» эстетики.	12	+	+			2
Тема 4. Эстетика постмодернизма. Проблема соотношения эстетики авангарда и постмодернизма	12	+	+			2
Тема 5. Эстетическое содержание и эстетическая типология медиатекста	12	+	+			2
Тема 6. Эстетика рекламы и масс-медиа	12	+	+			2
Итого	72					

Краткое содержание каждой темы дисциплины

Тема 1. Медиакультура, медиаискусство и медиаэстетика: истоки, ценности, этапы развития, структура и специфика.

Определение эстетики. Ее предмет. Историческое развитие эстетической мысли.

Основные эстетические категории. Медиакультура, медиаискусство и медиаэстетика. Определение искусства. Виды искусства. Функции искусства. Понятие медиаискусства. Виды медиаискусства. История развития медиаискусства.

Тема 2. Психология созидания, восприятия и оценки медиаискусства и его артефактов.

Понимание феномена искусства. Психология восприятия художественного образа. Модель процесса восприятия и понимания текста СМИ. Уровни процесса восприятия текста: сенсомоторный, лингвистический, психологический. Методические принципы, вытекающие из анализа процессов порождения и восприятия текстов СМИ. Эффективность восприятия медиаинформации: визуализация контента.

Тема 3. Основные современные концепции «неклассической» эстетики.

Отличия между классической эстетикой и эстетикой модернизма. Эстетические принципы импрессионизма. Эстетика и искусство футуризма, кубизма, дадаизма. Эстетика сюрреализма и экспрессионизма: психоанализ и интуитивизм как интерпретативная основа. Конструктивистские идеи в архитектуре. Беспредметное искусство. Эстетические программы и манифесты авангарда (футуризм, экспрессионизм, абстракционизм и др.). Западноевропейская эстетика XX века. Семиотический и структуралистский подходы к изучению искусства.

Тема 4. Эстетика постмодернизма. Проблема соотношения эстетики авангарда и постмодернизма

Отличие понятия модернизм и постмодернизм в эстетическом контексте. Вариативность структур как принцип постструктуралистской теории искусства. Философия культуры М. Фуко и Ж. Деррида. Деконструкция у Ж. Деррида. Концепция симулякра Ж. Бодрийяра, Ж. Делеза. Метафора «ризомы» Ж. Делеза. Семиология Р. Барта («Мифологии»). Денотация и коннотация в искусстве. Соотношение автора и текста в постмодернистской эстетике (Р. Барт, Ю. Кристева). Полифонизм в литературном произведении (М. Бахтин). «Лингвистический» и «визуальный» повороты в современной эстетике. Эстетическая выразительность новых визуальных средства выразительности (фото, кино, видеоарт) и ее анализ Р. Бартом (punctum), Р. Арнхеймом, Р. Краусс (индексальное), В. Флюссером, В. Беньямином, Ж. Бодрийяром. Постфрейдизм и современная эстетическая теория (Ж. Лакан, "шизоанализ" Ж. Делеза). Институциональная теория искусства и аналитическая традиция (А. Данто, Дж. Дики). Проблема границы произведения искусства, расширение понятия «искусство».

Тема 5. Эстетическое содержание и эстетическая типология медиатекста

Основные черты медиатекста: идеологичность, медийность, открытость интерпретаций, мотивированность, ориентир на массовую аудиторию, гипертекстуальность и интертекстуальность. Креолизованный характер медиатекста: слияние вербальной и визуальной информации, использование различных кодов. Споры об эстетической сущности медиатекста. Типы, жанровые разновидности медиатекстов, в которых фокусируется и проявляется эстетическое сознание, имеющее предметом «самое жизнь». Проблема природы, сущности и взаимосвязи медиатекста с эстетическим и с различными художественными практиками. Эстетические границы медиатекста. Медиатекст как «полноправный, самостоятельный и самоценный репрезентант единства чувства жизни и красоты; памятник нашей эпохи, подобный произведениям искусства, религии, языку, бытовым, социальным, политическим типам, знаковым поступкам людей и общества».

Тема 6. Эстетика рекламы и масс-медиа

Концепция рекламы как нового искусства. Реклама как «величайшее искусство двадцатого века» (Маршалл Маклюэн). Зоны пересечения искусства и рекламы. Возрастающая роль эстетического начала в рекламном творчестве. Вопросы эстетического своеобразия рекламы в трудах отечественных и зарубежных исследователей. Проблема соотношения искусства и рекламы. Вопрос о соотношении эстетического и прагматического в рекламе. Реклама как продукт современной массовой культуры. Влияние рекламы на элитарное искусство.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине

Практическое занятие - это одна из основных форм организации учебного процесса в вузе. Его отличительной особенностью является активное участие самих студентов в объяснении вынесенных на рассмотрение проблем, вопросов. Практическое занятие помогает студентам глубоко овладеть

предметом, способствует развитию умения самостоятельно работать с учебной литературой и документами, освоению студентами методов научной работы и приобретению навыков научной аргументации, научного мышления. Преподавателю же работа студентов на семинаре позволяет судить о том, насколько успешно они осваивают материал курса. Практические занятия способствуют формированию умений выполнять определенные действия, операции, необходимые в последующей учебной и профессиональной деятельности.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная работа студентов как особая учебная деятельность позволяет выявить базовый интеллектуальный уровень, формирование познавательного интереса к содержательной стороне учебного материала, наличие профессиональной мотивации будущего специалиста и стремление к самостоятельности. В ходе самостоятельной работы студенты должны осуществлять:

- подготовку к занятиям, включая изучение лекций и литературы по теме занятия (используются конспекты лекций и источники, представленные в перечне основной и дополнительной литературы, а также электронные ресурсы);

- выполнение индивидуальных самостоятельных домашних заданий по теме прошедшего занятия;

- конспектирование материала источника;

подготовку письменных работ: реферата (индивидуальные задания по слабоусвоенным темам), в том числе самостоятельное изучение части теоретического материала по темам, которые заявлены в теме реферата (используются источники, представленные в перечне основной и дополнительной литературы, а также электронные ресурсы), а также доклада-презентации.

Подготовка к зачету. К зачету необходимо готовиться целенаправленно и систематически, с первых дней обучения дисциплине. Необходимо в самом начале учебного курса ознакомиться с рабочей программой, формулировкой компетенции, перечнем знаний, умений и навыков, которыми студент должен владеть, тематическими планами лекций, семинарских занятий, контрольными заданиями, учебными и учебно-методическими пособиями, электронными ресурсами и списком вопросов к зачету. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и семинарских занятиях позволяет успешное освоение дисциплины и создание достаточной базы для сдачи зачета.

Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся

для очной формы обучения

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Форма работы
<i>Тема 1. Медиакультура, медиаискусство и медиаэстетика: истоки, ценности, этапы развития, структура и специфика.</i> Эстетическая выразительность «рекламного ряда» и закономерности его восприятия. Психологические аспекты функционирования рекламы. Ценностные категории (категории эстетического отношения (возвышенное, комическое, прекрасное, низменное). Реклама как синтез искусств. Принципы и приемы создания «рекламного образа»: отношения «эстетического» и «художественного», ассоциативность и цитатность. Реклама и кич: устойчивые сюжеты и излюбленные жанры.	9	Доклад Презентация
<i>Тема 2. Психология созидания, восприятия и оценки медиаискусства и его артефактов.</i> Психологические аспекты функционирования рекламы. Ценностные категории (категории эстетического отношения (возвышенное, комическое, прекрасное, низменное).	9	Доклад Презентация

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Форма работы
<i>Тема 3. Основные современные концепции «неклассической» эстетики.</i> Философия культуры М. Фуко и Ж. Деррида. Деконструкция у Ж. Деррида. Концепция симулякра Ж. Бодрийяра, Ж. Делеза. Метафора «ризомы» Ж. Делеза. Семиология Р. Барта («Мифологии»). Эстетические программы и манифесты авангарда (футуризм, экспрессионизм, абстракционизм и др.).	9	Доклад Презентация
<i>Тема 4. Эстетика постмодернизма. Проблема соотношения эстетики авангарда и постмодернизма</i> Общество, воображение, реклама (Р. Барт). Реклама как требование (Ж. Бодрийяр). Глубинная реклама (Р. Барт). Примеры анализа рекламных сообщений (У. Эко). Симулякр в рекламе. История бренда Gucci как пример из практики постмодернистской рекламы.	9	Доклад Презентация
<i>Тема 5. Эстетическое содержание и эстетическая типология медиатекста</i> Креолизованный характер медиатекста: слияние вербальной и визуальной информации, использование различных кодов. Анализ 3-4 образцов наружной рекламы на предмет выявления эстетических категорий. Креативная наружная реклама. Нестандартная наружная реклама. Реклама на транспорте. Текстовая информация: импринтинг-запечатление и эстетическая дистанция. Интегрированность рекламы в образную структуру города. Реклама российской провинции.	9	Доклад
<i>Тема 6. Эстетика рекламы и масс-медиа</i> Эстетические принципы рекламы в Интернете. Примеры рекламной кампании в Интернете конкретного бренда/товара/услуги (в форме презентации). Вопрос о соотношении эстетического и прагматического в рекламе. Реклама как продукт современной массовой культуры. Влияние рекламы на элитарное искусство.	9	Реферат

для заочной формы обучения

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Форма работы
<i>Тема 1. Медиакультура, медиаискусство и медиаэстетика: истоки, ценности, этапы развития, структура и специфика.</i> Эстетическая выразительность «рекламного ряда» и закономерности его восприятия. Психологические аспекты функционирования рекламы. Ценностные категории (категории эстетического отношения (возвышенное, комическое, прекрасное, низменное). Реклама как синтез искусств. Принципы и приемы создания «рекламного образа»: отношения «эстетического» и «художественного», ассоциативность и цитатность. Реклама и кич: устойчивые сюжеты и излюбленные жанры.	10	Доклад Презентация
<i>Тема 2. Психология созидания, восприятия и оценки медиаискусства и его артефактов.</i> Психологические аспекты функционирования рекламы. Ценностные категории (категории эстетического отношения (возвышенное, комическое, прекрасное, низменное).	10	Доклад Презентация
<i>Тема 3. Основные современные концепции «неклассической» эстетики.</i> Философия культуры М. Фуко и Ж. Деррида. Деконструкция у Ж. Деррида. Концепция симулякра Ж. Бодрийяра, Ж. Делеза. Метафора «ризомы» Ж. Делеза. Семиология Р. Барта («Мифологии»).	12	Доклад Презентация

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Форма работы
Эстетические программы и манифесты авангарда (футуризм, экспрессионизм, абстракционизм и др.).		
<i>Тема 4. Эстетика постмодернизма. Проблема соотношения эстетики авангарда и постмодернизма</i> Общество, воображение, реклама (Р. Барт). Реклама как требование (Ж. Бодрийяр). Глубинная реклама (Р. Барт). Примеры анализа рекламных сообщений (У. Эко). Симулякр в рекламе. История бренда Gucci как пример из практики постмодернистской рекламы.	12	Доклад Презентация
<i>Тема 5. Эстетическое содержание и эстетическая типология медиатекста</i> Креолизованный характер медиатекста: слияние вербальной и визуальной информации, использование различных кодов. Анализ 3-4 образцов наружной рекламы на предмет выявления эстетических категорий. Креативная наружная реклама. Нестандартная наружная реклама. Реклама на транспорте. Текстовая информация: импринтинг-запечатление и эстетическая дистанция. Интегрированность рекламы в образную структуру города. Реклама российской провинции.	12	Доклад
<i>Тема 6. Эстетика рекламы и масс-медиа</i> Эстетические принципы рекламы в Интернете. Примеры рекламной кампании в Интернете конкретного бренда/товара/услуги (в форме презентации). Вопрос о соотношении эстетического и прагматического в рекламе. Реклама как продукт современной массовой культуры. Влияние рекламы на элитарное искусство.	12	Реферат

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно

Доклады и презентации как форма самостоятельной работы представляют подготовку самостоятельного развернутого ответа по конкретной теме или вопросу. Задания преподаватель предлагает специально для каждой группы, с учетом профиля, по которому группа специализируется и потенциала группы. В ходе выполнения данных заданий студенты работают индивидуально и в группах, что способствует развитию, как личной творческой инициативы, так и умению работать в команде. Таким образом, развитие и формирование компетенций в курсе будет способствовать эффективности профессиональной деятельности. Презентация состоит из 12–15 слайдов. Лучше всего придерживаться одного правила: один слайд – одна мысль. В презентациях текстовую информацию следует свести к минимуму, заменив ее схемами, диаграммами, рисунками, фотографиями, анимацией, фрагментами фильмов. Построение всех положений, определений и выводов должно быть на строго научной основе.

При изучении курса студентам рекомендуется подготовить реферат, представляющий собой краткое сочинение по одной из предложенных тем. Подготовка реферата позволяет студентам приобрести навыки в поисках и изучении источников литературы, самостоятельного анализа темы, проявить творческий характер ее разработки и выразить собственное суждение на проблему, основанное на актуальности подхода к ее рассмотрению. Студент может предложить собственную тему реферата, относящуюся к проблематике курса, согласовав ее с преподавателем. Основная литература приведена в списке, дополнительную – по теме реферата – можно получить у преподавателя на консультации.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

Таблица 5. Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема	Форма учебного занятия
--------------	------------------------

дисциплины	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
Тема 1. Медиакультура, медиаискусство и медиаэстетика: истоки, ценности, этапы развития, структура и специфика.	Не предусмотрено	Фронтальный опрос, выполнение практических заданий, тематические дискуссии	Не предусмотрено
Тема 2. Психология созидания, восприятия и оценки медиаискусства и его артефактов.	Не предусмотрено	Фронтальный опрос, выполнение практических заданий, тематические дискуссии	Не предусмотрено
Тема 3. Основные современные концепции «неклассической» эстетики.	Не предусмотрено	Фронтальный опрос, выполнение практических заданий, тематические дискуссии	Не предусмотрено
Тема 4. Эстетика постмодернизма. Проблема соотношения эстетики авангарда и постмодернизма	Не предусмотрено	Фронтальный опрос, выполнение практических заданий, тематические дискуссии	Не предусмотрено
Тема 5. Эстетическое содержание и эстетическая типология медиатекста	Не предусмотрено	Фронтальный опрос, выполнение практических заданий, тематические дискуссии	Не предусмотрено
Тема 6. Эстетика рекламы и масс-медиа	Не предусмотрено	Фронтальный опрос, выполнение практических заданий, тематические дискуссии	Не предусмотрено

Учебные занятия по дисциплине могут проводиться с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) интерактивном взаимодействии обучающихся и преподавателя в режимах online и (или) offline в формах видеолекций, лекций-презентаций, видеоконференции, собеседования в режиме форума, чата, выполнения виртуальных практических работ и др.

6.2. Информационные технологии

- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации;
- использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса (технологии дистанционного или открытого обучения в глобальной сети (веб-конференции, форумы, учебно-методические материалы и др.));
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) семинаров с использованием презентаций и т.д.);
- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование»).

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

1. Браузер – Google Chrome, Opera,
2. Операционная система – Windows 10,
3. Офисная программа – MS Office 2013,
4. Программа для просмотра электронных документов – Adobe Reader.
5. Платформа дистанционного обучения LMS Moodle «Электронное образование».

6.3.2. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы

1. Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем». <https://library.asu.edu.ru/catalog/>
2. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на электронной платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». <https://biblio.asu.edu.ru>

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «История зарубежной журналистики» проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе Знания программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6. Соответствие разделов, тем дисциплины, результатов обучения по дисциплине и оценочных средств

Контролируемый раздел, тема дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
Тема 1. Медиакультура, медиаискусство и медиаэстетика: истоки, ценности, этапы развития, структура и специфика.	УК-5, ОПК-3	Собеседование Практическое задание Доклад, презентация
Тема 2. Психология созидания, восприятия и оценки медиаискусства и его артефактов.	УК-5, ОПК-3	Собеседование Практическое задание Доклад, презентация
Тема 3. Основные современные концепции «неклассической» эстетики.	УК-5, ОПК-3	Собеседование Практическое задание Доклад, презентация
Тема 4. Эстетика постмодернизма. Проблема соотношения эстетики авангарда и постмодернизма	УК-5, ОПК-3	Собеседование Практическое задание Доклад, презентация
Тема 5. Эстетическое содержание и эстетическая типология медиатекста	УК-5, ОПК-3	Собеседование Практическое задание Доклад, презентация

Контролируемый раздел, тема дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
Тема 6. Эстетика рекламы и масс-медиа	УК-5, ОПК-3	Собеседование Практическое задание Доклад, презентация

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 7. Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

Таблица 8. Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание по подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задания

7.3. Контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине

Тема 1. Медиакультура, медиаискусство и медиаэстетика: истоки, ценности, этапы развития, структура и специфика.

Вопросы для собеседования:

Определение эстетики. Ее предмет. Историческое развитие эстетической мысли.

Основные эстетические категории. Медиакультура, медиаискусство и медиаэстетика.

Определение искусства. Виды искусства. Функции искусства. Понятие медиаискусства. Виды медиаискусства. История развития медиаискусства.

Практическое задание:

Анализ эстетических практик в медиакommunikациях.

Тема 2. Психология созидания, восприятия и оценки медиаискусства и его артефактов.

Вопросы для собеседования:

Понимание феномена искусства. Психология восприятия художественного образа. Модель процесса восприятия и понимания текста СМИ. Уровни процесса восприятия текста: сенсомоторный, лингвистический, психологический. Методические принципы, вытекающие из анализа процессов порождения и восприятия текстов СМИ. Эффективность восприятия медиаинформации: визуализация контента.

Практическое задание:

Анализ эстетических практик в медиакommunikациях.

Тема 3. Основные современные концепции «неклассической» эстетики.

Вопросы для собеседования:

Отличия между классической эстетикой и эстетикой модернизма. Эстетические принципы импрессионизма. Эстетика и искусство футуризма, кубизма, дадаизма. Эстетика сюрреализма и экспрессионизма: психоанализ и интуитивизм как интерпретативная основа. Конструктивистские идеи в архитектуре. Беспредметное искусство. Эстетические программы и манифесты авангарда (футуризм, экспрессионизм, абстракционизм и др.). Западноевропейская эстетика XX века. Семиотический и структуралистский подходы к изучению искусства. *Практическое задание:*

Анализ эстетических практик в медиакommunikациях.

Тема 4. Эстетика постмодернизма. Проблема соотношения эстетики авангарда и постмодернизма

Вопросы для собеседования:

Отличие понятия модернизм и постмодернизм в эстетическом контексте. Вариативность структур как принцип постструктуралистской теории искусства. Философия культуры М. Фуко и Ж. Деррида. Деконструкция у Ж. Деррида. Концепция симулякра Ж. Бодрийяра, Ж. Делеза. Метафора «ризомы» Ж. Делеза. Семиология Р. Барта («Мифологии»). Денотация и коннотация в искусстве. Соотношение автора и текста в постмодернистской эстетике (Р. Барт, Ю. Кристева). Полифонизм в литературном произведении (М. Бахтин). «Лингвистический» и «визуальный» повороты в современной эстетике. Эстетическая выразительность новых визуальных средства выразительности (фото, кино, видеоарт) и ее анализ Р. Бартом (punctum), Р. Арнхеймом, Р. Краусс (индексальное), В. Флюссером, В. Беньямином, Ж. Бодрийяром. Постфрейдизм и современная эстетическая теория (Ж. Лакан, "шизоанализ" Ж. Делеза). Институциональная теория искусства и аналитическая традиция (А. Данто, Дж. Дики). Проблема границы произведения искусства, расширение понятия «искусство».

Практическое задание:

Анализ эстетических практик в медиакommunikациях.

Тема 5. Эстетическое содержание и эстетическая типология медиатекста

Вопросы для собеседования:

Основные черты медиатекста: идеологичность, медийность, открытость интерпретаций, мотивированность, ориентир на массовую аудиторию, гипертекстуальность и интертекстуальность. Креолизованный характер медиатекста: слияние вербальной и визуальной информации, использование различных кодов. Споры об эстетической сущности медиатекста. Типы, жанровые разновидности медиатекстов, в которых фокусируется и проявляется эстетическое сознание, имеющее предметом «самоё жизнь». Проблема природы, сущности и взаимосвязи медиатекста с эстетическим и с различными художественными практиками. Эстетические границы медиатекста. Медиатекст как «полноправный, самостоятельный и самоценный репрезентант единства чувства жизни и красоты;

памятник нашей эпохи, подобный произведениям искусства, религии, языку, бытовым, социальным, политическим типам, знаковым поступкам людей и общества».

Практическое задание:

Анализ эстетических практик в медиакоммуникациях.

Тема 6. Эстетика рекламы и масс-медиа

Вопросы для собеседования:

Концепция рекламы как нового искусства. Реклама как «величайшее искусство двадцатого века» (Маршалл Маклюэн). Зоны пересечения искусства и рекламы. Возрастающая роль эстетического начала в рекламном творчестве. Вопросы эстетического своеобразия рекламы в трудах отечественных и зарубежных исследователей. Проблема соотношения искусства и рекламы. Вопрос о соотношении эстетического и прагматического в рекламе. Реклама как продукт современной массовой культуры. Влияние рекламы на элитарное искусство.

Практическое задание:

Анализ эстетических практик в медиакоммуникациях.

Темы для докладов, рефератов, проблемных дискуссий:

1. Неклассические эстетические категории.
2. Происхождение искусства из игры.
3. Место художника в современном социуме.
4. Эстетика романтиков.
5. Эстетика натурализма и реализма
6. Эстетика символизма, модерна.
7. Эстетика всеединства.
8. Эстетика раннего модернизма и авангарда
9. Западная эстетика XX века.
10. Эстетика и психоанализ.
11. Семиотический и структуралистский подходы к изучению искусства.
12. Эстетика постмодернизма.
13. Направления искусства эпохи постмодернизма.
14. Эстетические взгляды русских авангардистов (В. Кандинский, К. Малевич).
15. Сюрреализм как путь к бессознательному.
16. Эстетика массовой культуры.
17. Эстетика рекламы.
18. Видеоклип как эстетический феномен.
19. Артефакт и произведение искусства.
20. Современные арт-практики (акция, хэппенинг, перформанс).
21. Кризис искусства как эстетическая проблема.

Перечень вопросов, выносимых на зачёт

1. Неклассические эстетические категории.
2. Происхождение искусства из игры.
3. Место художника в современном социуме.
4. Различные системы художественной перспективы и их роль в реализации эстетического смысла произведения.
5. Искусство и наука. Проблема объективности красоты.
6. Искусство как коммуникативная система.
7. Эстетика романтиков.
8. Эстетика натурализма и реализма.
9. Эстетика символизма, модерна.
10. Эстетика русского религиозно-философского ренессанса.
11. Эстетика модернизма и манифестарная эстетика авангарда.

12. Эстетика «значащей формы» и формальный подход в искусствознании и литературоведении.
13. Эстетические основания иконологии.
14. Эмпирическая эстетика.
15. Эстетическая теория «вчувствования».
16. Эстетика интуитивизма.
17. Психоаналитическая трактовка художественного творчества.
18. Феноменологический подход и экзистенциализм в эстетике.
19. Герменевтическая и рецептивная эстетика.
20. Франкфуртская школа и социология искусства.
21. Неотомизм и современный христианский платонизм в эстетике.
22. Семиотический и структуралистский подходы к изучению искусства.
23. Отличие понятий модернизм и постмодернизм в эстетическом контексте.
24. Эстетические принципы постструктуралистской теории искусства.
25. Категории неклассической эстетики: полистилистика, цитатность, интертекстуальность, деконструкция.
26. Коннотация в искусстве.
27. Соотношение автора и текста в постмодернистской эстетике.
28. Постфрейдизм и современная эстетическая теория.
29. Институциональная теория искусства и проблема границы произведения искусства.
30. Энвайронментальная эстетика.
31. Неопрагматизм в современной эстетике.
32. Жанры и направления искусства постмодернизма, гибридные эстетические формы.
33. Антимиметизм в современном искусстве.

Таблица 9. Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
Код и наименование проверяемой компетенции				
<i>УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</i>				
<i>ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</i>				
1.	Задание закрытого типа	1. К основным эстетическим категориям не относится: а) справедливое б) комическое в) возвышенное г) прекрасное	а	1
2.		Готика как эстетическое направление характерна для эпохи: а) Античности б) Ренессанса в) Средних веков г) Нового времени	в	1
3.		Что присуще эстетике Ренессанса:	б	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		а) теологический характер б) антропоцентризм. в) космологический характер		
4.		Рекламный слоган – это: а) комплекс мероприятий, направленных на какой-либо сегмент рынка; б) краткая, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения; в) единый художественно-графический подход к оформлению рекламных материалов.	б	1
5.		Термин реклама произошел от слова «геслаге», которое означает: а) громко кричать, извещать б) активно продавать в) рассказывать о товаре	а	1
6.	Задание открытого типа	Реклама – это...	Реклама - информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке (российское законодательство о рекламе).	3
7.		Социальная реклама – это...	информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства (российское	5

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			законодательство о рекламе).	
8.		Пропаганда – это...	Пропаганда - систематическое распространение и углубленное разъяснение какихлибо социальных, политических взглядов, идей, теорий с целью их внедрения в общественное сознание и воздействия на процесс соответствующей ориентации индивидов и общностей.	3
9.		Агитация – это...	Агитация – коммуникация с различными социальными общностями, целенаправленно побуждающая людей к определенному действию. Это действие может носить, а может и не носить политического характера, касаться иных областей человеческой жизнедеятельности.	3
10.		Рекламный слоган – это...	Рекламный слоган – это краткая, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения;	2

Полный комплект оценочных материалов по дисциплине(фонд оценочных средств) хранится в электронном виде на кафедре, утверждающей рабочую программу дисциплины.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине

Таблица 10. Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов	Срок представления
Основной блок				
1.	Ответы на занятиях по всем темам дисциплины	4 / 10	40	По расписанию
2.	Выполнение практических заданий (по выбору) по всем темам дисциплины	5 / 6	30	По расписанию

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов	Срок представления
3.	Выполнение итоговых заданий	2 / 10	20	По расписанию
Всего			90	–
Блок бонусов				
4.	Посещение занятий		5	По расписанию
5.	Своевременное и качественное выполнение всех заданий		5	По расписанию
Всего			10	–
ИТОГО			100	–

Таблица 11. Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Балл
Опоздание на занятие	-2
Нарушение учебной дисциплины	-3
Неготовность к занятию	-3
Пропуск занятия без уважительной причины	-3

Таблица 12. Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале	
90–100	5 (отлично)	Зачтено
85–89	4 (хорошо)	
75–84		
70–74		
65–69	3 (удовлетворительно)	Не зачтено
60–64		
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)	

При реализации дисциплины в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

1. Костина А. В. Эстетика рекламы: учебное пособие для студентов. М., 2003. 304 с.
2. Щепилова Г. Г. Реклама в СМИ: история, технологии, классификация. М.: Издательство Московского государственного университета, 2010. 464 с. URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785211057999.html> (ЭБС «Консультант студента»).

8.2. Дополнительная литература

1. Трыков В. П. История зарубежной журналистики. От истоков до второй мировой войны. М.: ИнфомедиаПаблицерз, 2007. 440 с.

2. Вартанова Е.Л. Энциклопедия мировой индустрии СМИ. М.: Аспект Пресс, 2019. 480 с. URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756710595.html> (ЭБС «Консультант студента»).

3. Энциклопедия мировой индустрии СМИ / отв. ред. Е.Л. Вартанова; науч. ред. Н.В. Ткачева. М.: Аспект Пресс, 2013. 464 с.

8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины

1. Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» – www.studentlibrary.ru

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Преподавание дисциплины обеспечивается аудиторным фондом, имеющейся в наличии в читальном зале и на абонементе научной библиотеки университета научной и учебной литературой, а также наличием учебных аудиторий, оборудованных специальными техническими средствами: мультимедийным проектором, экраном, ноутбуком, каналом Интернет, компьютерами для самостоятельной работы студентов.

На аудиторных занятиях средства информационных технологий используются для организованного представления преподавателями и обучающимися материала в формате презентаций PowerPoint, работы по формированию и развитию навыков работы с документами и программами, имеющими прикладное значение.

10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Рабочая программа дисциплины при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются их индивидуальные психофизические особенности. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т.д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т.д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего

контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочесть задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).