

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Филологический факультет

УТВЕРЖДАЮ:

Декан филологического факультета

И. В. Тубалова

« 15 » \_\_\_\_\_ 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

**Медиаконтент и технологии его создания**

по направлению подготовки

**42.03.03 Издательское дело**

Направленность (профиль) подготовки :

**Книгоиздательское дело**

Форма обучения

**Очная**

Квалификация

**Бакалавр**

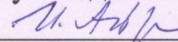
Год приема

**2021**

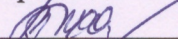
Код дисциплины в учебном плане: Б1.О.21

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП

 И.А. Айзикова

Председатель УМК

 Ю.А. Тихомирова

Томск – 2022

## **1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ОПК-4. Способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

ОПК-6. Способность понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

ПК-1. Способность осуществлять отбор авторских материалов для публикации в изданиях разных видов.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИОПК-4.1. Демонстрирует знание основных характеристик целевых аудиторий и читательского адреса, основных источников информации о запросах и потребностях общества.

ОР-4.1.1. Знает особенности читательского восприятия и целевого назначения того или иного вида медиаконтента.

ИОПК-6.2. Анализирует, сравнивает современные информационные технологии, используемые для решения задач профессиональной деятельности.

ОР-6.2-1. Умеет самостоятельно изучать новые технологии и использовать их для создания медиаконтента.

ИПК-1.2. Подбирает и анализирует основные источники информации в предметной, тематической области, а также методы ее сбора и обработки.

ОР-1.2.1. Умеет подбирать вербальный и визуальный материал с учетом среды его использования.

ИПК-1.3. Оценивает степень компетентности авторов, соответствия предоставленных материалов требованиям и формату данного СМИ / издательства, целесообразности их публикации.

ОР-1.3.1. Знает отличительные черты различных видов медиаконтента.

## **2. Задачи освоения дисциплины**

- Сформировать понимание особенностей создания медиаконтента.
- Научить работать с технологиями по созданию медиаконтента.

## **3. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина относится к обязательной части образовательной программы.

## **4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине**

Второй семестр, зачет

## **5. Входные требования для освоения дисциплины**

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Компьютерная графика», «Основы цифровой грамотности», «Печатные и электронные средства информации»

## **6. Язык реализации**

Русский

## **7. Объем дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часов, из которых:

-лекции: 14 ч.

-практические занятия: 14 ч.

в том числе практическая подготовка: 14 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

## **8. Содержание дисциплины, структурированное по темам**

### **Раздел 1. Понятие медиаконтента**

Тема 1. Медиаконтент в информационном обществе

Понятие медиаконтента и основные его характеристики. Классификации медиаконтента. Статистические данные медиапотребления в России. Тенденции медиапотребления. Общие тенденции медиаконтента.

Тема 2. Лонгрид

Понятие лонгрида, история появления. Виды лонгридов. Структура и особенности дизайна. Особенности создания лонгрида. Мультимедийные технологии в создании лонгрида. Платформы для создания лонгрида. Анализ современных лонгридов, созданного российскими СМИ.

### **Раздел 2. Визуальный медиаконтент**

Тема 1. Иллюстрация

Роль визуального контента в современном медиаполе. Понятие иллюстрации, виды, цели и задачи. Растровая и векторная графика. Требования к визуальному контенту: формат, размер, глубина цвета. Эстетические и этические требования к визуальному контенту. Правила работы с фотостоками. Обзор актуальных площадок фотостоков.

Тема 2. Коллаж

Понятие коллажа. История появления и место коллажа в современном медиаполе. Виды коллажей. Техники создания коллажей. Технологии создания художественного коллажа. Программы для цифрового создания коллажей (Figma, Flyvi, Bazaart). Мудборд – профессиональный коллаж. Технологии создания и электронные ресурсы для поиска вдохновения, проектов и дизайнов.

Тема 3. Моск-ур

Понятие моск-ур. Цели и особенности. Технология работы с готовыми моск-ур. Технология создания моск-ур.

Тема 4. Фотография

Понятие фотографии и фотожурналистики. Язык визуального общения и фотоязык. Грамматика фотографии. Смысл фотографии: макроконтекст и микроконтекст. Жанры фотографии. Виды репортажной фотографии. Фотосерия. Фотоочерк. Жанры фотоочерка: портретный, путевой, проблемный. Правила композиции. Трехмерность плоской фотографии: светотень, перспектива, размытость, заслонение. Законы перспективы. Симметрия в фотографии. Геометрия фотографии. Базовые правила создания и работы с фотографиями.

Тема 5. Инфографика

Понятие инфографики. История. Цели, функции и особенности инфографики. Виды инфографики. Технология создания инфографики. Онлайн-ресурсы для создания инфографики.

### **Раздел 3. Аудиальный медиаконтент**

#### Тема 1. Подкастинг

Особенности аудиального контента. История появления и современное позиционирование. Тенденции. Подкасты: понятие и виды. Технология создания подкаста. Программное и аппаратное обеспечение. Разработка сценария. Аудиореклама.

### **Раздел 4. Аудиовизуальный медиаконтент**

#### Тема 1. Видеоконтент

Особенности видеоконтента в современном медиапространстве. Типология. Инструменты создания, особенности использования. Площадки для размещения видеоконтента. Скринкастинг. Программы для разработки скринкастов. Фильмы на основе скринкастинга.

### **Раздел 5. Интерактивный контент**

#### Тема 1.

Геймификация современного медиапространства. Понятие интерактивного медиаконтента. Особенности и преимущества. Виды интерактивного контента: тесты, квизы, голосование, опросы, рейтинги, интерактивные инфографики, изображения, карты, слайд-шоу и др. Инструменты для создания интерактивного контента.

## **9. Текущий контроль по дисциплине**

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, выполнения творческих работ и написания рефлексивного эссе и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

## **10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации**

Зачет во втором семестре проводится на основании выполнения всех творческих работ: анализ лонгрида (10%), создание рекламного баннера на основе стоковой иллюстрации (10%), подбор иллюстраций по актуальным стилям цифрового визуального контента (5%), создание художественного коллажа (5%), создание мудборда (10%), подготовка mock-up (5%), создание фотоочерка (5%), создание инфографики (10%), создание подкаста (10%), создание интерактивного опроса (10%), создание скринкаста (10%). Творческие работы направлены на освоение всех заявленных компетенций (ИОПК-4.1., ИОПК-6.2., ИПК-1.2., ИПК-1.3.). А также написания рефлексивного эссе «Возможности использования медиаконтента в моей профессиональной и личной практике» (10%) по итогу завершения всех тем дисциплины (ИОПК-6.2.).

В случае, если студент выполнил только часть творческих работ, ему предлагаются альтернативные задания: реферат на тему «Эстетические требования к медиаконтенту» (20%), реферат на тему «Этические требования к медиаконтенту» (20%), обзорная статья о действии авторского права в сети Интернет (10%). Продолжительность зачета 1,65 часа.

При выполнении студентом 90%-100% заданий студенту ставится «зачёт».

## 11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/enrol/index.php?id=11507>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

## 12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

– Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. — (Учебники Высшей школы экономики). — 423, [1] с.

– Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа: учебник для вузов. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 249 с. — (Университеты России). — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/423119>. — Режим доступа: из НБ ТГУ.

– Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. — М., 2010. — 200 с.

– Интернет-СМИ: Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. М. Лукиной. — М.: Аспект Пресс, 2011. — 348 с.

– Рябинина Н. З. Технология редакционно-издательского процесса. Учебное пособие. — СПб.: Логос, 2008. — 253 с. — (Новая университетская библиотека)

б) дополнительная литература:

– Маклюэн М. Понимание Медиа / М. Маклюэн; пер. с англ. В. Г. Николаева. — М.: Кучково поле, 2014. — 462 с.

– Амзин А. Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов и др.; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. — 304 с.

– Уайт Я. В. Редактируем дизайном / пер. с англ. Е. Фотьянова — М.: ШКИМБ, 2011. — 248 с.

– Лапин А. Фотография как... [Электронный ресурс] — М., 2004. — 324 с. — URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2018/000623982/000623982.pdf>.

– Кэрролл Г. 50 советов, как снять шедевр: 50 знаменитых фотографов поделятся секретами своего мастерства / пер. с англ. Н. А. Ершова. — М.: Эксмо, 2014. — 127 с.

– Крам Р. Инфографика. Визуальное представление данных / пер. с англ. О. Сивченко. — СПб.: Питер, 2015. — 382 с. — URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2017/000563510/000563510.pdf>.

– Луптон Э., Графический дизайн от идеи до воплощения / пер. с англ. В. Иванов. — СПб.: Питер, 2014. — 184 с.

– Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. — М.: Архитектура-С, 2012. — 392 с.

– Lister M. New Media: a critical introduction / M. Lister, J. Dovey, S. Giddings, I. Grant, K. Kelly. — New York: Routledge, 2003. — 404 p.

– Луман Н. Медиа коммуникации / пер. с нем. А. Глухов, О. Никифоров. — М.: Логос, 2005. — 280 с.

## 13. Перечень информационных технологий

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Office Standart 2013 Russian;
- публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.);
- операционная система Windows 7 Professional SP1 и выше;
- браузер Google Chrome;
- Adobe Reader 9.0 и выше;
- наличие подключения к интернету.

б) информационные справочные системы:

- Советы // Бюро Горбунова [Электронный ресурс]. — URL: <https://bureau.ru/bb/soviet>.
- Ководство // Студия Артемия Лебедева [Электронный ресурс]. — 1995—2019. — URL: <https://www.artlebedev.ru/kovodstvo/sections>.
- Спецпроекты // РИА Новости [Электронный ресурс] / МИА «Россия сегодня». — URL: <https://ria.ru/specialprojects>.
- Спецпроекты // ТАСС, информационное агентство [Электронный ресурс]. — URL: <https://tass.ru/specialprojects>.
- Журнал Инфографика [Электронный ресурс]. — 2011—2014. — URL: <https://infogra.ru/infographicsmag>.
- Подкасты // РИА Новости [Электронный ресурс] / МИА «Россия сегодня». — URL: <https://ria.ru/podcasts>.
- YouTube [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.youtube.com>.
- Лайфхакер [Электронный ресурс]. — URL: <https://lifehacker.ru>.

#### **14. Материально-техническое обеспечение**

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

#### **15. Информация о разработчиках**

Болдырева Е.С., ассистент кафедры общего литературоведения, издательского дела и редактирования