

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

Филологический факультет

УТВЕРЖДАЮ:

Декан филологического факультета


И. В. Тубалова

« 31 » августа 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

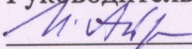
Квалификация
Бакалавр

Год приема
2022

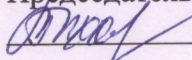
Код дисциплины в учебном плане: Б1.О.21

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 медиaprостранстве. 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 медиaprостранства. 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