

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине  
ОСНОВЫ ВИДЕОБЛОГИНГА**

Направление подготовки  
Направленность (профиль)

42.04.02 – «Журналистика»  
Интернет-журналистика

Ставрополь, 2026

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>3</b>
<b>ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ.....</b>	<b>4</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Цель освоения дисциплины «Основы видеоблогинга» - способствовать формированию набора компетенций, позволяющих качественно выполнять профессиональные обязанности у студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.02 - Журналистика.

Задачи освоения дисциплины «Основы видеоблогинга»:

- познакомить с основными этапами создания видеоблога;
- изучить базовые технологии, необходимые для создания видеоблога;
- дать представление об особенностях подготовки контента для видеоблога;
- изучить технологии продвижения контента видеоблога.

В результате усвоения тем и разделов дисциплины «Основы видеоблогинга», работы на практических занятиях у обучающихся должны сформироваться следующие компетенции:

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-3 Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики / медиа	ИД-1 <sub>ПК-3</sub> . Проводит анализ интернет-проектов в сфере журналистики / медиа	Проводит анализ проектов в сфере видеоблогинга
ПК-3 Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики / медиа	ИД-2 <sub>ПК-3</sub> . Разрабатывает концепцию интернет-проектов в сфере журналистики / медиа и пути ее реализации.	Разрабатывает концепцию видеоблогинга и пути ее реализации.

## ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

### Практическое занятие 1.

**Тема занятия:** Основы видеоблога

**Цель:** рассмотреть теоретические аспекты создания видеоблога

**Формируемые компетенции:** ПК-3, ИД-1ПК-3, ИД-2ПК-3.

**Актуальность:** знание принципов создания видеоблога – необходимое условие разработки и создания эффективного медиапродукта.

#### Теоретическая часть.

Видеоблогинг — это форма создания и распространения видеоконтента в интернете, где авторы регулярно публикуют видеоматериалы на различные темы. Видеоблогеры (влогеры) создают разнообразный контент: от обзоров продуктов и tutorиалов до комедийных скетчей и документальных мини-фильмов.

История

2 января 2000 года американец Адам Контрас впервые опубликовал видеозапись в своём текстовом онлайн-блоге, чтобы проинформировать друзей о перемещениях. Это стало первым сообщением такого рода и позже стало самым продолжительным видеоблогом в истории.

В ноябре того же года наложили видео меняющегося текста на неподвижное изображение, придумав термин vlog для ссылки на свой видеоблог.

Массовость явление видеоблогинга начало приобретать в 2005 году с запуском видеохостинга. Платформа демократизировала процесс создания и распространения видеоконтента, позволив любому человеку с камерой стать видеоблогером. Журнал Forbes назвал этот год «годом видеоблога».

#### Вопросы для обсуждения:

1. Возникновение видеоблогинга
2. Платформы для видеоблогинга
3. Особенности развития видеоблогинга в России.

#### Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

##### Основная литература:

1. Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста: учебно-методическое пособие / А. А. Градюшко. — Минск: БГУ, 2019. — 239 с. — ISBN 978-985-566-822-1. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180496> (26.02.2023).

2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Улантимова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613> (26.02.2023).

##### Дополнительная литература:

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

2. Абросимова, Е. Е. Видеоблогинг глазами детей и взрослых: социологический анализ: [монография] / Е. Е. Абросимова, А. Г. Филипова, А. Ю. Ардальянова; [научный редактор А. Г. Филипова, ответственный редактор А. Ю. Ардальянова]; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Дальневосточный федеральный университет, Российский фонд фундаментальных исследований. – Санкт-Петербург : Астерион, 2019. – 230 с. : ил., табл. – РФФИ. – Библиогр.: с. 174-192 и в подстроч. примеч. – ISBN 978-5-00045-793-1

**Интернет-ресурсы:**

- 1.<http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
- 2.<http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн
- 3.<http://www.mediascore.ru/> - электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

**Практическое занятие 2.**

**Тема занятия: Целевая аудитория видеоблога**

**Цель:** выявить необходимость определения ЦА видеоблога

**Формируемые компетенции:** ПК-3, ИД-1ПК-3, ИД-2ПК-3.

**Актуальность:** знание принципов создания видеоблога – необходимое условие разработки и создания эффективного медиапродукта

**Теоретическая часть.**

Целевая аудитория – это круг потенциальных читателей, заинтересованных в получении информации на вашей площадке или приобретении ваших товаров и услуг.

Если мы ведем блог не только для себя, лучших друзей и родственников, то почти сразу перед нами встает вопрос, а кто же ещё будет нас читать? И, выбирая для блога тему, очень важно представлять себе свою целевую аудиторию – её особенности и её размер и самое главное – её проблемы и задачи.

Зачем вам знать, кто ваша целевая аудитория?

Мы уже говорили с вами о нишах, построенных вокруг аудитории. Найти группу людей, с которой вам по пути, и делиться с ней тем, что одинаково важно для всех вас, – это практически рецепт идеального блога.

Коротко говоря, вы должны знать четкий ответ на вопрос, зачем эти люди приходят в ваш блог снова и снова, в чём их выгода и интерес.

А чтобы этим людям было у вас не только полезно, но и интересно, приятно, чтобы у вас могли завязаться настоящие отношения, вам нужно узнать их получше! Всё как в жизни.

Что нужно знать о нашей целевой аудитории

Большинство статей, уроков и учебников по маркетингу загоняет целевую аудиторию в список параметров, таких как:

возраст

пол

место проживания, национальность, язык семейное положение

образование

сфера деятельности

уровень доходов

увлечения, интересы

образ жизни

проблемы и задачи

И такая формализация имеет право на существование. Знать всё это о своей будущей или существующей аудитории очень полезно.

Но работать с такой информацией блогеру довольно сложно. Непросто в своих текстах обращаться к «женщинам от 20 до 35, жительницам больших городов, имеющим одного и более детей, которые ищут способы проводить досуг всей семьей».

Кто мой идеальный читатель?

Кто мой идеальный читатель?

Здесь нам на помощь приходят так называемые аватары. Их еще называют портретами идеального читателя.

Идеальный читатель – это образ конкретного человека, который читает ваш блог. У этого человека есть имя, определенная внешность, особенности, привычки. Он интересуется определенными вещами, проводит время определенным образом и сталкивается с какими-то трудностями, в преодолении которых вы и способны ему помочь!

Чем точнее этот портрет (не стесняйтесь, дайте ему имя, составьте коллаж, который визуализирует вашего читателя), тем легче вам вести с ним диалог, обращаясь как к хорошему знакомому. Это залог легкости ваших текстов, но также – их попадания в цель, то есть, боль вашей аудитории.

Конечно же, вас могут читать разные люди, и портретов таких может быть несколько. На первых шагах это могут быть конкретные 5 человек, которые вас читают, – пишите прямо для них. Но не увлекайтесь – около 5 портретов будет более чем достаточно для любого блога, чаще можно обойтись тремя.

Что Важно знать именно вам

Для выстраивания эффективной коммуникации, для точного выбора тем и подачи, а также для успешного продвижения вашего блога помимо основных социально-демографических характеристик вам очень пригодится следующая информация:

Привычки и образ жизни – как проводит время ваш идеальный читатель, что ему нравится делать, где он бывает, какие полезные и вредные привычки у него есть и хочет ли он от чего-то отказаться или привить себе новые привычки.

Вкусы и предпочтения – какой стиль нравится вашей аудитории, какие фильмы, книги или музыку она выбирает, какие визуальные и эстетические ориентиры у неё есть.

Вокабуляр – как общается ваша целевая аудитория? Какие слова использует, насколько подробно формулирует мысли? Предпочитает общаться на «ты» или на «вы»?

Табу – что вызывает негативную реакцию у вашей аудитории? Возможно, какие-то темы, например, политика, какие-то позиции могут «раскачать» аудиторию и вызывать у нее отрицательную реакцию на блог и в итоге – на вас (но это не абсолютное противопоказание, могут быть и скандальные блоги, тогда табу надо наоборот использовать в своей работе).

Места обитания в сети – где проводит время ваша целевая аудитория? Соответственно – где ее «ловить».

Поведение в сети – что делает ваша целевая аудитория, она читает тексты, смотрит фотографии, общается, беспорядочно серфит, переходит по поисковым запросам? В какое время ваши читатели заходят в Интернет, сколько раз в неделю станут просматривать обновления? Будут ли участвовать в дискуссиях? Будут ли делиться понравившимися публикациями?

В зависимости от ваших целей, разные характеристики ваших читателей будут более или менее важны для вас. Например, если вы хотите расширить круг общения или планируете делиться своим творчеством, значит, ваша целевая аудитория должна состоять из тех людей, которые разделяют ваши интересы и, возможно, проживают недалеко от вас, находятся в определенной возрастной категории или принадлежат к конкретному полу.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Целевая аудитория видеоблога
2. Метод создания портрета ЦА видеоблога
3. Определение идеального зрителя авторского видеоблога
4. Взаимодействие с ЦА

### **Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме**

#### **Основная литература:**

1. Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста: учебно-методическое пособие / А. А. Градюшко. — Минск: БГУ, 2019. — 239 с. — ISBN 978-985-566-822-1. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180496> (26.02.2023).
2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Улантимова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613> (26.02.2023).

#### **Дополнительная литература:**

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>
2. Абросимова, Е. Е. Videоблогинг глазами детей и взрослых: социологический анализ: [монография] / Е. Е. Абросимова, А. Г. Филипова, А. Ю. Ардальянова; [научный редактор А. Г. Филипова, ответственный редактор А. Ю. Ардальянова]; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Дальневосточный федеральный университет, Российский фонд фундаментальных исследований. – Санкт-Петербург : Астерион, 2019. – 230 с. : ил., табл. – РФФИ. – Библиогр.: с. 174-192 и в подстроч. примеч. – ISBN 978-5-00045-793-1

#### **Интернет-ресурсы:**

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн
3. <http://www.mediascore.ru/> - электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

### **Практическое занятие 3.**

#### **Тема занятия: Жанровая палитра видеоблогов**

**Цель:** проанализировать жанровую палитру видеоблогов

**Формируемые компетенции:** ПК-3, ИД-1ПК-3, ИД-2ПК-3.

**Актуальность:** знание принципов создания видеоблога – необходимое условие разработки и создания эффективного медиапродукта

#### **Теоретическая часть.**

На сегодняшний день официальной классификации или типологизации видеоблогов не существует. Это объясняется тем, что жанры Интернет-видео весьма многочисленны, а главное — подвижны: постоянно трансформируются, интегрируются, заимствуют черты друг у друга или телевизионных жанров. Тем не менее, некоторые медиа исследователи предприняли попытки сгруппировать их в единую систему. Некоторые специалисты условно разделяют видеоблоги только по функциональной направленности: –

информационное видео; – обучающее видео; – развлекательное видео. На наш взгляд, данную классификацию можно сравнить с разделением журналистики на два основных направления: информационную и художественно-публицистическую. Однако, в свою очередь, эти направления разделяются на конкретные жанры и поджанры. Поэтому, с видеоблогингом следует провести аналогичную систематизацию, опираясь на уже имеющиеся исследования, дополняя их собственными наблюдениями. И. А. Текутьева предлагает следующую жанрово-тематическую классификацию видеоблога, которую мы считаем наиболее полной. – «Обзор – Летсплей – Пранк – Обучающее видео (лайф-хак, бьюти видео) – Влог – Шоу – Диалог – Гайд – Челендж – Скетч – Троллинг-интервью» Причем, автор в своей работе делает акцент на том, что «это классификация не столько самих блогов, сколько жанров интернет-видео, которые создаются на базе видеоблогов» [1]. Таким образом, подобные видеоблоги, как считают С. А. Демченков и А. С. Заднепрянская, можно обозначить как политематические. Однако И. А. Текутьева на этом явлении акцент не делает и не выделяет в отдельную жанрово-тематическую классификацию. Мы согласны с другими исследователями и считаем политематический видеоблог отдельным направлением видеоблогинга. Другой пример жанровой классификации. Журналистское агентство «Полилог» провело исследование в сфере российского видеоблогинга и выделило следующие форматы. – «Бьютиблог – Лайфстаилблог – Игровой блог (обзор видеоигр и летсплей) – Обзор вирусных видео» – Блог путешественника – Социальные эксперименты – Политический видеоблог» [2] Кроме того, следует привести еще один вариант жанровой классификации видеоблогов. Чулкова О. Р. создала аналогичную классификацию с «Полилогом». Однако к имеющимся разделениям она добавила еще «мотивирующие видео, советы» и «обзоры» во всех их разнообразии: фильмы, сериалы, комиксы [3]. Таким образом, проанализировав имеющиеся исследования, объединив и расширив их, мы составили собственную жанровую классификацию. Для более удобного ее восприятия автором была составлена следующая схема. Рис. 1. Жанровая классификация видеоблогов Цит. по: Ипатьева В. А. Форматы и жанры видеоблогов // Молодой ученый. — 2018. — №25. — С. 369-373. — URL <https://moluch.ru/archive/211/51788/> (дата обращения: 04.03.2019).

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Жанровая палитра видеоблогов
2. Жанр или формат
3. Классификации жанров видеоблога
4. Анализ видеоблогов с точки зрения жанров.

### **Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме**

#### **Основная литература:**

1. Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста: учебно-методическое пособие / А. А. Градюшко. — Минск: БГУ, 2019. — 239 с. — ISBN 978-985-566-822-1. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180496> (26.02.2023).
2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Улантимова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613> (26.02.2023).

#### **Дополнительная литература:**

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

2. Абросимова, Е. Е. Видеоблогинг глазами детей и взрослых: социологический анализ: [монография] / Е. Е. Абросимова, А. Г. Филипова, А. Ю. Ардальянова; [научный редактор А. Г. Филипова, ответственный редактор А. Ю. Ардальянова]; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Дальневосточный федеральный университет, Российский фонд фундаментальных исследований. – Санкт-Петербург : Астерион, 2019. – 230 с. : ил., табл. – РФФИ. – Библиогр.: с. 174-192 и в подстроч. примеч. – ISBN 978-5-00045-793-1

**Интернет-ресурсы:**

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн
3. <http://www.mediascore.ru/> - электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

**Практическое занятие 4.**

**Тема занятия: Авторское право в видеоблоге**

**Цель:** получить представление об авторском праве при ведении видеоблога

**Формируемые компетенции:** ПК-3, ИД-1ПК-3, ИД-2ПК-3.

**Актуальность:** знание принципов создания видеоблога – необходимое условие разработки и создания эффективного медиапродукта

**Теоретическая часть.**

Одним из наиболее эффективных способов защиты авторских прав является регистрация прав на контент. Регистрация авторских прав позволяет блогерам получить официальное подтверждение своих прав на контент и обеспечить себя дополнительной защитой в случае нарушения прав. Регистрация авторских прав - это процесс, при котором блогеры регистрируют свои права на контент в специальных организациях, таких как Российское авторское общество (РАО). Регистрация авторских прав позволяет блогерам получить дополнительную защиту и правовую поддержку в случае нарушения их прав на контент. В зависимости от страны, процедура регистрации авторских прав может отличаться. В некоторых странах регистрация авторских прав не является обязательной, но может быть полезной в случае возникновения споров. Регистрация авторских прав может помочь блогерам доказать свое авторство на контенте в случае нарушения прав. Это также может помочь блогерам получить дополнительную защиту в случае судебных разбирательств. Однако, несмотря на все преимущества, регистрация авторских прав может быть дорогостоящей процедурой. Кроме того, она может занять много времени и усилий. Поэтому, блогеры должны внимательно взвесить все плюсы и минусы регистрации авторских прав и решить, подходит ли им данный способ защиты авторских прав на контент

**Вопросы для обсуждения:**

1. Авторское право
2. Использование контента без авторского права
3. Музыка без авторского права
4. Защита авторских проектов в видеоблоге

**Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме**

**Основная литература:**

1. Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста: учебно-методическое пособие / А. А. Градюшко. — Минск: БГУ, 2019. — 239 с. — ISBN 978-985-

566-822-1. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180496> (26.02.2023).

2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Улантимова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613> (26.02.2023).

#### **Дополнительная литература:**

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

2. Абросимова, Е. Е. Videоблогинг глазами детей и взрослых: социологический анализ: [монография] / Е. Е. Абросимова, А. Г. Филипова, А. Ю. Ардальянова; [научный редактор А. Г. Филипова, ответственный редактор А. Ю. Ардальянова]; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Дальневосточный федеральный университет, Российский фонд фундаментальных исследований. – Санкт-Петербург : Астерион, 2019. – 230 с. : ил., табл. – РФФИ. – Библиогр.: с. 174-192 и в подстроч. примеч. – ISBN 978-5-00045-793-1

#### **Интернет-ресурсы:**

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».

2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн

3. <http://www.mediascope.ru/> - электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

### **Практическое занятие 5.**

#### **Тема занятия: Бренд видеоблога. Оформление канала**

**Цель:** получить представление о брендинге видеоблога

**Формируемые компетенции:** ПК-3, ИД-1ПК-3, ИД-2ПК-3.

**Актуальность:** знание принципов создания видеоблога – необходимое условие разработки и создания эффективного медиапродукта

#### **Теоретическая часть.**

Продвигать личный бренд в 21 веке можно практически через любую социальную платформу. Некоторые из них со временем устаревают, а другие продолжают приносить результаты даже через несколько лет. Например, такие как видеохостинги. Формат видео – один из важнейших маркетинговых инструментов, и исследования показывают, что видео являются предпочтительной формой медиа для многих потребителей. Тем не менее, создание бренда именно на видеохостингах часто упускается из виду, и предпочтение отдается другим каналам и платформам социальных сетей. Многие опасаются, что видеоплатформы перенасыщены или создание привлекательного контента на этом носителе может оказаться слишком сложным и дорогостоящим. Но стоит уделить достаточно внимания изучению платформ, и это станет в продвижении приоритетным направлением. Через видеоформат можно создавать разноплановый контент как для канала бренда компании, так и личного бренда эксперта.

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Бренд видеоблога
2. Причины брендинга
3. Алгоритм брендинга
4. Создание авторского бренда (макет, эскиз)

## Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

### Основная литература:

1. Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста: учебно-методическое пособие / А. А. Градюшко. — Минск: БГУ, 2019. — 239 с. — ISBN 978-985-566-822-1. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180496> (26.02.2023).
2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Улантимова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613> (26.02.2023).

### Дополнительная литература:

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>
2. Абросимова, Е. Е. Videоблогинг глазами детей и взрослых: социологический анализ: [монография] / Е. Е. Абросимова, А. Г. Филипова, А. Ю. Ардальянова; [научный редактор А. Г. Филипова, ответственный редактор А. Ю. Ардальянова]; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Дальневосточный федеральный университет, Российский фонд фундаментальных исследований. – Санкт-Петербург : Астерион, 2019. – 230 с. : ил., табл. – РФФИ. – Библиогр.: с. 174-192 и в подстроч. примеч. – ISBN 978-5-00045-793-1

### Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн
3. <http://www.mediascope.ru/> - электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

## Практическое занятие 6.

### Тема занятия: Основы видеосъемки и мобильной фотографии

**Цель:** проанализировать технологии создания лонгридов

**Формируемые компетенции:** ПК-3, ИД-1ПК-3, ИД-2ПК-3.

**Актуальность:** знание принципов создания видеоблога – необходимое условие разработки и создания эффективного медиапродукта

### Теоретическая часть.

Как уже отмечалось выше, съёмка должна быть осмысленной, у зрителя не должно оставаться никаких сомнений в том, что он видит. Помните, любое событие или объект в кадре зритель должен успеть разглядеть. Не ассоциируйте видеокادر с выстрелом, это совсем не так. Кадр — это слово, или небольшая, но емкая фраза. Не стоит проглатывать ее, комкать. Однако, не нужно и затягивать. Рекомендую делать кадр любой сцены не меньше чем пять-десять секунд, в противном случае зритель просто может не успеть понять, что он сейчас видит. Избегайте дрожания и рывков камеры, при просмотре такие колебания крайне некомфортны. Лучше пусть план будет не такой крупный, но без тряски. Часто начинающие операторы пытаются «объять необъятное», снимают всё подряд. Так, например, вы отправляетесь на машине в парк развлечений и начинаете фиксировать всё, начиная с маршрута движения. В этом случае место на носителе информации у вас закончится в лучшем случае к середине дня, а аккумулятор может сесть ещё раньше. Смиритесь с тем, что, располагая одной камерой, вы никогда не сможете дать зрителю полное представление о происходящем событии, он никогда не увидит все произошедшее и не услышит все

сказанное. Ищите самое характерное, самое интересное в любом событии. Вы должны не фиксировать каждую минуту маршрута, а создать у зрителя ощущение, что он вместе с вами его проделал. Машина у подъезда. Лица в предвкушении развлечений. Начало движения. По ходу движения местная достопримечательность. Руки водителя на руле. Он смотрит на дорогу. Слышен комментарий: – скоро будем на месте. Мелькают мимо улицы, дома. Вот показался парк развлечений. Машина на стоянке, все выходят, начинают движение. Зритель видит вход на территорию парка. Пару минут правильной съёмки – и у вас уже есть вступление к вашему фильму. Фиксируя главное, посвятите несколько минут попытке запечатлеть выразительные кадры (интервью, сцена поедания вкусностей, несколько красивых видов, пейзажей), они существенно раскрасят ваш фильм. Увидеть и запечатлеть интересное. Этому научиться сложнее всего, нужен творческий подход и опыт, который приходит только через практику и большое количество экспериментов.

Поэтому снимаем, снимаем и снимаем. Еще одна распространённая ошибка новичков – съёмка на ходу. Подсознательно копируется увиденное в кино в котором камера может жить своей собственной жизнью. Плавно перелетает от одного объекта к другому или, например, двигается параллельно маршруту движения. В кино такая плавность перемещения камеры достигается специальными, весьма недешевыми устройствами, такими как стэдикам, операторский кран или тележка на рельсах. Понятно, что человеческий организм не может сравниться с ними по плавности движения. Получается обратный киношному результат. Видео выглядит как снятое из кабины шагающего экскаватора и тяжело воспринимается. Поэтому снимайте на ходу только в крайнем случае и на максимально широком угле (отъезд как можно больше).

Цит. по: <http://studiostalker.ru/videoproduction/sovetyi-nachinayuschim-operatoram-ili-osnovnyie-pravila-syomki/>

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Правила видеосъемки
2. Правила мобильной фотографии
3. Анализ видеоблогов

### **Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме**

#### **Основная литература:**

1. Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста: учебно-методическое пособие / А. А. Градюшко. — Минск: БГУ, 2019. — 239 с. — ISBN 978-985-566-822-1. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180496> (26.02.2023).
2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Улантимова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613> (26.02.2023).

#### **Дополнительная литература:**

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>
2. Абросимова, Е. Е. Videоблогинг глазами детей и взрослых: социологический анализ: [монография] / Е. Е. Абросимова, А. Г. Филипова, А. Ю. Ардальянова; [научный редактор А. Г. Филипова, ответственный редактор А. Ю. Ардальянова]; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Дальневосточный федеральный университет, Российский фонд фундаментальных исследований. – Санкт-Петербург :

Астерион, 2019. – 230 с. : ил., табл. – РФФИ. – Библиогр.: с. 174-192 и в подстроч. примеч. – ISBN 978-5-00045-793-1

**Интернет-ресурсы:**

- 1.<http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
- 2.<http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн
- 3.<http://www.mediascope.ru/> - электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

**Практическое занятие 7.**

**Тема занятия: Программы видеомонтажа.**

**Цель:** познакомиться с особенностями работы с контентом

**Формируемые компетенции:** ПК-3, ИД-1ПК-3, ИД-2ПК-3.

**Актуальность:** знание принципов создания видеоблога – необходимое условие разработки и создания эффективного медиапродукта

**Теоретическая часть.**

Movavi Video Suite заслуживает особого места в нашем рейтинге.

Ключевые особенности Movavi Video Suite:

Понятный, не перегруженный интерфейс на русском;

Большая база визуальных эффектов для обработки видео;

Тонкая настройка изображения – баланс белого, хромакей, контраст и т.д.;

Возможность осуществлять монтаж объектов в разных форматах без преобразования;

Встроенный конвертер видео, аудио, изображений;

Наличие инструментов работы с аудио (записи и редактирования);

Возможность сохранить результат в оптимальном веб формате и сразу загрузить на видеохостинг;

Пресеты кодирования для мобильных устройств в качестве до 4К;

Инструмент создания титров;

Возможно, этот редактор не лучший выбор для сложных профессиональных задач. Зато разработчики постарались, чтобы запустивший Premiere Elements новичок смог превратиться в мастера монтажа в кратчайшие сроки. Дело в том, что в программу встроены пошаговые интерактивные инструкции, которые подробно объясняют пользователю азы работы с видеоконтентом.

Для более продвинутых пользователей Adobe предлагает Premiere Pro — профессиональную версию видеоредактора с дополнительными инструментами для монтажа.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Программы видеомонтажа
2. Создание авторского видео

**Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме**

**Основная литература:**

1. Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста: учебно-методическое пособие / А. А. Градюшко. — Минск: БГУ, 2019. — 239 с. — ISBN 978-985-566-822-1. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180496> (26.02.2023).
2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Улантимова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8

; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613> (26.02.2023).

#### **Дополнительная литература:**

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

2. Абросимова, Е. Е. Videоблогинг глазами детей и взрослых: социологический анализ: [монография] / Е. Е. Абросимова, А. Г. Филипова, А. Ю. Ардальянова; [научный редактор А. Г. Филипова, ответственный редактор А. Ю. Ардальянова]; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Дальневосточный федеральный университет, Российский фонд фундаментальных исследований. – Санкт-Петербург : Астерион, 2019. – 230 с. : ил., табл. – РФФИ. – Библиогр.: с. 174-192 и в подстроч. примеч. – ISBN 978-5-00045-793-1

#### **Интернет-ресурсы:**

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».

2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн

3. <http://www.mediascope.ru/> - электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

## **Практическое занятие 8.**

### **Тема занятия: Мобильный видеомонтаж**

**Цель:** познакомиться с программами для мобильного монтажа

**Формируемые компетенции:** ПК-3, ИД-1ПК-3, ИД-2ПК-3.

**Актуальность:** знание принципов создания видеоблога – необходимое условие разработки и создания эффективного медиапродукта

#### **Теоретическая часть.**

ineMaster – Pro Video Editor

Многофункциональное, одно из лучших приложений для обработки видео на Android. KineMaster позволяет работать отдельно с каждым фрагментом: менять контрастность, яркость, использовать фильтры и компоновать видеоряд.

Функциональность KineMaster:

работа со всеми популярными форматами видео;

экспорт роликов в разрешении 1080p;

возможность разрезать и «склеивать» видеоролик;

управление яркостью и цветностью.

Достоинства видеоредактора:

удобный и понятный интерфейс на русском языке;

есть встроенные шаблоны эффектов, можно скачать дополнительные;

имеются эффекты для аудиозаписей (угасание и затухание звука),

между двумя видео можно поставить красивый 3D-переход;

поддерживает многослойную структуру видеоматериала;

экспортирует ролик в Full HD;

для выполнения стандартных действий есть встроенный мастер.

Недостатки:

на обработанном видео будет лого разработчиков (убрать его можно при покупке лицензии),

поддерживается ограниченное количество устройств;  
для русской версии приложения KineMaster интерфейс частично локализованный.

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Обзор мобильных приложений
2. Обзор видеоблогов для видеомонтажа
3. Оперативный видеомонтаж видеоблогера

### **Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме**

#### **Основная литература:**

1. Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста: учебно-методическое пособие / А. А. Градюшко. — Минск: БГУ, 2019. — 239 с. — ISBN 978-985-566-822-1. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180496> (26.02.2023).
2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Улантимова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613> (26.02.2023).

#### **Дополнительная литература:**

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>
2. Абросимова, Е. Е. Videоблогинг глазами детей и взрослых: социологический анализ: [монография] / Е. Е. Абросимова, А. Г. Филипова, А. Ю. Ардальянова; [научный редактор А. Г. Филипова, ответственный редактор А. Ю. Ардальянова]; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Дальневосточный федеральный университет, Российский фонд фундаментальных исследований. – Санкт-Петербург : Астерион, 2019. – 230 с. : ил., табл. – РФФИ. – Библиогр.: с. 174-192 и в подстроч. примеч. – ISBN 978-5-00045-793-1

#### **Интернет-ресурсы:**

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн
3. <http://www.mediascore.ru/> - электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

### **Практическое занятие 9.**

**Тема занятия: Размещение и продвижение авторского видео**

**Цель:** презентация авторского проекта

**Формируемые компетенции:** ПК-3, ИД-1ПК-3, ИД-2ПК-3.

**Актуальность:** знание принципов создания видеоблога – необходимое условие разработки и создания эффективного медиапродукта

#### **Теоретическая часть.**

Факторы, оказывающие влияние на ранжирование ролика.

Наиболее важные:

Удержание аудитории. Длинные ролики (10+ минут) с хорошим удержанием гораздо легче вывести в топ.

Оптимизированный заголовок и описание. Как подбирать ключи поговорим чуть позже. Они должны встречаться в заголовке и в первых строчках описания. Описание надо делать максимально длинным и, очевидно, полностью уникальным.

Просмотры ролика.

Другие факторы:

Количество лайков и дизлайков. А также их соотношение друг к другу и просмотрам.

Подписчики, подписавшиеся после просмотра (или во время). Оказывает влияние, но только если подписчик взаимодействовал с контентом.

Расшаривания и добавления в избранное. Эти факторы тоже легко накрутить, поэтому они будут приносить плюс только в том случае, если после расшаривания произойдет взаимодействие в социальной сети. Иными словами, если ролик получил 100 твитов, но они не принесли посетителей – накрутка.

Встраивание видео на посещаемых сайтах. То же происходит и со внешними ссылками с хороших площадок. Органический трафик очень важен. Для некоторых роликов он может стать основным источником просмотров. Поэтому им ни в коем случае не стоит пренебрегать. К тому же поисковой трафик почти всегда самый дешевый в долгосрочной перспективе.

В целом SEO видео и сайтов очень похожи. Также важны ключевые слова, поведенческие факторы, перелинковка, ссылки.

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Факторы популярности видео.
2. Семантическое ядро видеоблога, ключевые слова.
3. Анализ и подбор ключевых слов для видеоблога.
4. Сценарии продвижения материалов.

### **Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме**

#### **Основная литература:**

1. Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста: учебно-методическое пособие / А. А. Градюшко. — Минск: БГУ, 2019. — 239 с. — ISBN 978-985-566-822-1. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180496> (26.02.2023).
2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Улантимова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613> (26.02.2023).

#### **Дополнительная литература:**

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>
2. Абросимова, Е. Е. Videоблогинг глазами детей и взрослых: социологический анализ: [монография] / Е. Е. Абросимова, А. Г. Филипова, А. Ю. Ардальянова; [научный редактор А. Г. Филипова, ответственный редактор А. Ю. Ардальянова]; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Дальневосточный федеральный университет, Российский фонд фундаментальных исследований. – Санкт-Петербург : Астерион, 2019. – 230 с. : ил., табл. – РФФИ. – Библиогр.: с. 174-192 и в подстроч. примеч. – ISBN 978-5-00045-793-1

#### **Интернет-ресурсы:**

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн

3. <http://www.mediascope.ru/> - электронный научный журнал факультета журналистики  
МГУ им. М.В. Ломоносова

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования**  
**«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ  
ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
«ОСНОВЫ ВИДЕОБЛОГИНГА»**

Направление подготовки  
Направленность (профиль)

42.04.02 – «Журналистика»  
Интернет-журналистика

Ставрополь, 2026

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Введение.....	3
2. Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины.....	3
3. Технологическая карта самостоятельной работы .....	4
4. Методические указания по изучению теоретического материала.....	5
5. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины).....	6
6. Методические указания по подготовке к экзамену.....	8
7. Список литературы, использованной при составлении методических рекомендаций.....	9

## 1. Введение

Методические указания к самостоятельной работе студентов по дисциплине «Основы видеоблогинга» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению подготовки 42.04.02 – Журналистика, Магистерская программа – Интернет-журналистика.

Цель **методических рекомендаций к СРС** дисциплины «Основы видеоблогинга» способствовать формированию знаний, умений и навыков, направленных на создание мультимедийного журналистского продукта, у студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.02 – Журналистика.

Основными задачами изучения дисциплины являются:

- познакомить с основными этапами создания видеоблога;
- изучить базовые технологии, необходимые для создания видеоблога;
- дать представление об особенностях подготовки контента для видеоблога;
- изучить технологии продвижения контента видеоблога.

## 2. Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Основы видеоблогинга»

Самостоятельная работа студента в рамках дисциплины «Основы видеоблогинга» понимается как планируемая учебная работа, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа направлена на формирование следующей компетенции:

Индекс	Формулировка:
ПК-3	Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики / медиа
ИД-1 <sub>ПК-3</sub>	Проводит анализ интернет-проектов в сфере журналистики / медиа.
ИД-2 <sub>ПК-3</sub>	Разрабатывает концепцию интернет-проектов в сфере журналистики / медиа и пути ее реализации.

Цель самостоятельной работы студентов в процессе изучения дисциплины «**Основы видеоблогинга**» – научить магистранта осмысленно и самостоятельно работать с учебным материалом, научной информацией по дисциплине, актуальными исследованиями, а также привить навыки самостоятельной реализации журналистских проектов.

### Задачи самостоятельной работы:

- систематизировать и закрепить полученные теоретические знания и практические умения студентов;
- развить познавательные способности и активность студентов: творческую инициативу, самостоятельность, ответственность и организованность;
- сформировать и развить навыки ведения самостоятельной работы и овладения методикой исследования при решении разрабатываемых в учебной деятельности проблем и вопросов;
- повысить уровень подготовленности к самостоятельной работе в соответствии с содержанием дисциплины.

При изучении дисциплины предусматриваются следующие формы самостоятельной работы студента:

- самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы по дисциплине, изучение научных публикаций;
- работа с электронными ресурсами в сети Интернет;
- подготовка к практическим занятиям;
- презентация проекта.

### 3. Технологическая карта самостоятельной работы

Коды реализуемых компетенций	Вид деятельности студентов	Итоговый продукт самостоятельной работы	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе (астр)		
				СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
1 семестр						
ПК-3, ИД-1 <sub>ПК-3</sub> , ИД-2 <sub>ПК-3</sub> .	Подготовка к лекции	Конспект	Собеседование	8	1	9
ПК-3, ИД-1 <sub>ПК-3</sub> , ИД-2 <sub>ПК-3</sub> .	Подготовка к практическому занятию	Ответы в письменном виде	Собеседование	8	1	9
ПК-3, ИД-1 <sub>ПК-3</sub> , ИД-2 <sub>ПК-3</sub> .	Подготовка к экзамену	Экзамен	Экзамен	8	1	9
<b>Итого за 1 семестр</b>				24	3	27ч.
<b>Итого</b>				24	3	27 ч.

Для выполнения самостоятельной работы необходимо пользоваться литературой, которая предложена в списке рекомендуемой литературы, Интернет-ресурсами или другими источниками по усмотрению студента.

Самостоятельная работа рассчитана на разные уровни мыслительной деятельности. Выполненная работа позволит приобрести не только знания, но и умения, навыки, а также выработать свою методику подготовки, что очень важно в дальнейшем процессе научной деятельности.

### 4. Методические указания по изучению теоретического материала

#### Чтение основной и дополнительной литературы по дисциплине.

Самостоятельная работа при чтении учебной литературы начинается с изучения конспекта материала, сделанного при слушании лекций преподавателя. Полученную информацию необходимо осмыслить. При необходимости, в конспект лекций могут быть внесены схемы, другая дополнительная информация.

Список литературы, необходимой для подготовки к практическим занятиям и лабораторным работам, круглым столам указан в методических рекомендациях к

практическим занятиям. При изучении материала рекомендуется конспектировать основные идеи, составлять схемы, таблицы.

#### Конспектирование научно-исследовательской литературы

При изучении рекомендованных научных публикаций рекомендуется составление краткого конспекта. Конспект представляет собой дословные выписки из текста источника. При этом необходимо понимать, что конспект – это не полное переписывание чужого текста. Необходимо знать, что при написании конспекта сначала прочитывается текст – источник, в нём выделяются основные положения, подбираются примеры, идёт перекомпоновка материала, а уже затем оформляется текст конспекта. Конспект может быть полным, когда работа идёт со всем текстом источника или неполным, когда интерес представляет какой-либо один или несколько вопросов, затронутых в источнике.

#### Работа с электронными ресурсами в сети Интернет.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студент должен уметь работать в поисковой системе сети Интернет и использовать найденную информацию при подготовке к занятиям. Часть ресурсов указывается в методических указаниях к практическим и лабораторным работам. Особое внимание стоит уделить поиску в электронных библиотечных системах. Поиск информации можно вести по автору, заглавию, виду издания, году издания или издательству. Также в сети Интернет доступна услуга по скачиванию учебных материалов.

### **5. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)**

Процедура проведения презентации индивидуальных творческих проектов состоит из следующих этапов:

1. Получение темы проекта от преподавателя;
2. Подготовка содержания
3. Подготовка презентации
4. Защита проекта.

Предлагаемые студенту задания позволяют проверить компетенции ПК-3, ИД-1ПК-3, ИД-2ПК-3. При формулировке темы творческих проектов предполагается, что каждая тема может быть раскрыта как в рамках базового, так и в рамках продвинутого уровней. Главное отличие повышенного уровня состоит в высокой самостоятельности студента, который дает не шаблонное, а творческое решение предложенной задачи, связанной с созданием и развитием сетевого издания.

#### **Критерии оценивания проектов:**

1. Последовательное выполнение предложенных алгоритмов.
2. Выбор и использование методов и приемов.
3. Творческое решение поставленной задачи
4. Анализ процесса и результата.
5. Личное участие

#### **Критерии оценивания итогового проекта – медапродукта:**

1. Содержание. Информационное наполнение.
2. Дизайн.
3. Функциональность.
4. Интерактивность
5. Авторская презентация проекта

## **6. Методические указания по подготовке к экзамену**

### **Вопросы к экзамену**

1. Анализ и подбор ключевых слов для видеоблога
2. Бренд видеоблога
3. Взаимодействие с ЦА
4. Возникновение видеоблогинга
5. Жанровая палитра видеоблогов
6. Защита авторских проектов в видеоблоге
7. Использование контента без авторского права
8. Метод создания портрета ЦА видеоблога
9. Обзор мобильных приложений
10. Определение идеального зрителя авторского видеоблога
11. Особенности развития видеоблогинга в России.
12. Платформы для видеоблогинга
13. Правила видеосъемки
14. Правила мобильной фотографии
15. Программы видеомонтажа
16. Семантическое ядро видеоблога, ключевые слова.
17. Создание авторского бренда (макет, эскиз)
18. Создание авторского видео
19. Сценарии продвижения материалов.
20. Факторы популярности видео.
21. Целевая аудитория видеоблога

## **7. Список рекомендуемой литературы**

### **7.1 Основная литература**

1. Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста: учебно-методическое пособие / А. А. Градюшко. — Минск: БГУ, 2019. — 239 с. — ISBN 978-985-566-822-1. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180496> (26.02.2023).
2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Улантимова ; пер. с англ. К. Артамоновой. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 314 с. - ISBN 978-5-9614-6689-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613> (26.02.2023).

### **7.2 Дополнительная литература:**

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>
2. Абросимова, Е. Е. Videоблогинг глазами детей и взрослых: социологический анализ: [монография] / Е. Е. Абросимова, А. Г. Филипова, А. Ю. Ардальянова; [научный редактор А. Г. Филипова, ответственный редактор А. Ю. Ардальянова]; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Дальневосточный федеральный университет, Российский фонд фундаментальных исследований. – Санкт-Петербург : Астерион, 2019. – 230 с. : ил., табл. – РФФИ. – Библиогр.: с. 174-192 и в подстроч. примеч. – ISBN 978-5-00045-793-1

### **7.3. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Основы видеоблогинга» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Горбачев А.М.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Основы видеоблогинга» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Горбачев А.М.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

#### **7.4. Интернет-ресурсы:**

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».

2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн

3. <http://www.mediascope.ru/> - электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова