

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
Производство контента для цифровых медиа

Направление подготовки	42.03.02 – Журналистика
Направленность (профиль)	Мультимедийная журналистика и цифровые технологии

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Планы практических занятий.....	4

Введение

Методические рекомендации к практическим занятиям студентов по дисциплине «Производство контента для цифровых медиа» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению подготовки 42.03.02 – Журналистика, Направленность (профиль) – Мультимедийная журналистика и цифровые технологии.

Цель **методических рекомендаций** дисциплины «Производство контента для цифровых медиа» – способствовать формированию знаний, умений и навыков, связанных со спецификой создания/производства медиатекстов (текстов СМИ) по направлению подготовки 42.04.02- Журналистика.

Задачи:

- познакомить с функциональными аспектами и функциональными особенностями контента для цифровых медиа
- сформировать представление о технологии создания контента для цифровых медиа.
- привить навыки подготовки авторских журналистских текстов разных жанров для цифровых медиа.

Практические работы направлены на формирование следующей компетенции:

Код компетенции, индикаторов	Формулировка:
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.
ПК-3	Способен участвовать в производственном процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта с применением современных цифровых технологий, специализированного программного обеспечения, методов искусственного интеллекта

ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Семестр 5

Практическое занятие 1.

Тема: Экосистема цифрового контента.

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Понятие «цифровой контент» используется как зонтичный термин для описания трех сегментов рынка мультимедиа-продуктов:

- производство контента в цифровом формате;
- распространение мультимедиа-продуктов в цифровой среде;
- потребление пользователями контента произведенного и переданного в цифровом формате.

Для компаний-дистрибуторов, интернет-площадок, магазинов контента, а также и для рядовых потребителей цифровой контент – это информационный, развлекательный или игровой продукт, распространяемый по цифровым сетям или в цифровом формате на физическом носителе, и потребляемый, записываемый и копируемый без ухудшения качества.

Понятие «цифровой контент» также имеет другие значения:

- Производители мультимедийного контента связывают этот термин с любым мультимедийным продуктом, созданным с помощью цифровых технологий и представленным в цифровом формате.
- Для операторов связи цифровой контент – это особая разновидность передаваемых данных, отличающаяся специфическими требованиями к качеству передачи (например, broadcast или multicast).

Ниже представлена принятая за базовую экосистема как аналогового, так и цифрового контента.

Вопросы для обсуждения:

1. Экосистема цифрового контента. Понятие «цифровой контент».
2. Производство контента в цифровом формате
3. Распространение мультимедиа-продуктов в цифровой среде

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>

2. 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>.

3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf\(urait.ru\)](http://FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf(urait.ru))

3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.

4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартамова Е. Л.,

Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.

5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.

6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 2.

Тема: Новые модели работы редакции

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Пожалуй, начать стоит с того, что понятие редакции стало очень расплывчатым. Столетиями журналистская работа состояла в том, чтобы регулярно, как конвейер, выдавать актуальные материалы. Структура такой редакции была строго иерархичной, централизованной, над автором в большинстве случаев стояли редактор и корректор.

Сегодня эта модель (прозванная индустриальной) характерна для новостных агентств и подобных им по специфике изданий. В основном же новые медиа взяли на вооружение принцип проектной работы. Журналисты работают удаленно по свободному графику, на первом месте стоит творчество. В приоритете аналитические жанры, публицистика. Структура такой редакции децентрализована, горизонтальна. Это позволяет гибко реагировать на запросы аудитории и в то же время создавать качественные информационные продукты. Связано это отчасти с тем, что недавняя мода на конвергентные редакции постепенно сходит на нет. От журналиста больше не требуется быть универсальным специалистом (то есть и видеооператором, и автором текстов, и звукорежиссером, и фотографом в одном лице); однако он должен уметь «упаковывать» контент с учетом специфики разных платформ.

Преимущества последней модели хорошо проявились за время долгого периода самоизоляции. Оказалось, что для организации полноценной редакции коллективу журналистов нового типа вполне достаточно онлайн-инструментария и персональных девайсов.

Вопросы для обсуждения:

1. Структура новой редакции
2. Преимущества новой модели редакции

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>

2. 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>.

3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и

науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf \(urait.ru\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741)

3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.

4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартамова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.

5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.

6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 3.

Тема: Жанры и методы интернет-журналистики

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Хотя в он-лайн журналистике по-прежнему доминируют новостные жанры, постепенно формируются и другие стили, которые все больше и больше отличаются от традиционного. Жанры интернет журналистики являются сложным процессом, полным противоречий и несоответствий. Фактически, он-лайн журналистика бросила вызов стереотипам: впервые в истории читательская аудитория перераспределилась не по географическим признакам, а по возрастным и социальным группам и интересам.

Вопросы для обсуждения:

1. Жанры интернет-журналистики
2. Методы интернет-журналистики

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>

2. 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>.

3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика: учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия: Профессиональное образование) — URL: <http://www.urait.ru/2F477F48B1F6.pdf>

3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры: [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и специальностям] / Е. А. Баранова; Рос. гос. социальный ун-т. - Москва: Юрайт, 2015. — 268 с.

4. Интернет-СМИ: теория и практика: учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартамова Е. Л., Круглова Л. А. и др.]; под ред. М. М. Лукиной. - Москва: Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.

5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова; А.А. Калмыков. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 383 с.

6. Медиа: введение: учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 4.

Тема: Интерактивные жанры в цифровой среде.

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Сетевой журналист не рассматривает свою работу как мономедийный продукт. Он не рассматривает свою работу как работу над итеративным, дискретным произведением — написал, снял, рассказал и забыл. Наоборот, живая ткань информации — это его основной материал. Важно не только сообщить новость, но и объяснить ее контекст. Нужно не только дать достаточные данные в текущий момент времени, но и отследить, какова была реакция аудитории, обсудить с ней информацию и воспринять ее мнения, которые могут (и должны) стать основой для продолжения коммуникации. Инструментами такой коммуникации совершенно не обязательно будут страницы того издания, которое опубликовало исходный материал; она может продолжаться в социальных сетях, в мессенджерах, в других СМИ. Хорошо подготовленный сетевой журналист не только ориентирован на создание содержания — он также готов использовать отклик на содержание, он настроен не на вещание, а на дискуссию вокруг своей работы.

Можно назвать совокупность этих сетевых модернизаций профессии интерактивной журналистикой.

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности интерактивной журналистики.
2. Тенденции интерактивной журналистики.

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf \(urait.ru\)](http://www.urait.ru/Products/2F477F48B1F6.pdf)
3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.
4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартамова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.
5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.
6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.-Ставрополь: СКФУ, 2025.
2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.-Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 5.

Тема: Интеграция различных типов мультимедиа-контента в рамках платформенных решений

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Наиболее удачное определение такого рода журналистскому медиатексту дает М. М. Лукина, которая пишет: «Мультимедийная статья — это история, рассказанная с помощью нескольких мультимедийных средств, она собрана таким образом, что, с одной стороны, каждая мультимедийная

составляющая дополняет и развивает общий рассказ, с другой — недоступность или невозможность воспроизведения одного из элементов не искажает общий смысл сюжета» [7. С. 269-270]. Здесь же исследователь отмечает, что в рамках мультимедийной истории важно гармонично сочетать элементы, искусственно не раздувать линейку элементов, не перегружать медиапотребителя лишней информацией [7]. Точное и емкое определение М. М. Лукиной используется как базовое во множестве научных исследований самых разных авторов, однако автор называет мультимедийную историю статьей, что рождает массу вопросов у медиатеоретиков, так как если в обывательском представлении статьей может быть назван любой журналистский материал, то в профессиональном дискурсе статья рассматривается в качестве аналитического жанра журналистики со сложившимися характеристиками.

Вопросы для обсуждения:

1. Формирование интерактивного, персонализированного и постоянного взаимодействия с пользователем
2. Цифровизация контента

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf](http://www.urait.ru/files/2F477F48B1F6.pdf) (urait.ru)
3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.
4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартамова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.
5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.
6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.-Ставрополь: СКФУ, 2025.
2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.-Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 6.

Тема: Лонгрид в цифровых медиа

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий..

Теоретическая часть:

Лонгрид как жанр возник в США – газета «The New York Times» в 2012 году на своем сайте опубликовала мультимедийный проект «Snow fall», столь сильно поразивший читателей своей яркой мультимедийной насыщенностью, что в последующем главной отличительной чертой качественной лонгрида стал считаться характерный wow-эффект. Данный жанр должен поражать посетителя сайта технологической изощренностью, конвергенцией коммуникационных каналов и богатством визуальной составляющей. «Snow fall» стал настолько популярен, что калька с английского «сноуфолл» в некоторых кругах практикующих конвергентных журналистов превратилась в нарицательное обозначение жанра.

В России лонгриды только набирают популярность. Нет даже единого термина для обозначения таких работ: многие склоняются к варианту «лонгрид», но слово «спецпроект» также распространено.

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности жанра лонгрид.
2. Методика подготовки лонгрида.

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf\(urait.ru\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741)
3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. – 268.
4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартамова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.
5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.
6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.-Ставрополь: СКФУ, 2025.
2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.-

Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 7.

Тема: Мониторинг и новостные информационные поводы.

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Как и большинство коммерческих организаций, государственные службы и предприятия очень тесно связаны со своими потребителями, партнерами и всеобщим мнением. Для того, чтобы оценить и понять, насколько успешно или неуспешно производится работа в той или иной сфере, необходимо понимать, какое мнение бытует об организации в ее окружающей среде. Другими словами, надо понимать, что и как думают о вас партнеры, заказчики и общество.

Для оценки мнения аудитории существует аналитика, которая базируется на нескольких типах и источниках получения информации. Во-первых, это всем известные опросы общественного мнения, которые проводятся всевозможными социологическими организациями (институты изучения общественного мнения, исследовательские лаборатории, ВЦИОМ и т.д.). Их суть сводится к тому, что подготавливается база по целевой аудитории – производится выборка людей, подходящих под те или иные критерии, им задается ряд вопросов, ответы на которые обрабатываются и сводятся в общие базы данных. Таким образом, мы получаем те знаменитые доли опрошенных. Также в последнее время большую популярность набирают социальные кнопки, которые компилируют полученные одобрительные «лайки» и прочие символы волеизъявления пользователей интернета в гигантские бигдаты. На основе этих данных впоследствии поисковые системы генерируют для каждого отдельного пользователя ту или иную информацию для показа в качестве рекламы, например. Наверняка, вы часто замечали, что после поиска какого-либо товара или услуги в интернете их реклама еще какое-то время нас преследует. Но об этом уже в другой истории.

Во-вторых, это мониторинг СМИ и соцсетей. Здесь на помощь аналитику приходит всевозможное программное обеспечение, которое осуществляет мониторинг также по заданным критериям.

Вопросы для обсуждения:

1. Процесс мониторинга
2. Поиск информационных поводов
3. Гражданская журналистика

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf (urait.ru)

3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.

4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартамова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.

5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.

6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 8.

Тема: Основы презентации информации в новостях.

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Новости пишутся по схеме "перевернутой пирамиды". Эта схема подразумевает нарушение хронологии события и постановку в начале сообщения не того, с чего начиналось событие, а самого важного элемента события, его сути. Затем располагается менее важная информация, а завершает статью еще менее важная, которую при редактировании можно выбросить без особого ущерба для текста. Поэтому "перевернутую пирамиду" еще называют "антиисторией" в противоположность истории как повествованию, нарративу. К примеру, "Сказка о рыбаке и рыбке" Александра Сергеевича Пушкина написана в виде истории и начинается с того, что жили старик со старухой у самого синего моря, а заканчивается тем, что старуха сидит у разбитого корыта. Если бы сказка была написана по схеме "перевернутой пирамиды", она начиналась бы примерно так: "Неудачей закончилась попытка старухи разбогатеть за счет золотой рыбки. Получив в подарок новый дом, а также побывав дворянкой и царицей, старуха из-за неумолимой жадности и стремления властвовать лишилась всего и оказалась у разбитого корыта".

Новостная журналистика информирует о событиях, которые происходят из-за того, что люди решают свои задачи. Само же написание новостей заключается в поиске ответов на шесть основных вопросов: Кто? Что? Где? Когда? Почему? Каким образом? Иногда этот список дополняют вопросами "Что это значит? (Ну и что?)", "Кому выгодно (невыгодно)?" и "Что будет?", но главными все равно остаются первые шесть – кто что сделал, в какое время, в каком месте, каким образом и почему. Еще в новостном сообщении обязательно указывается источник информации – дается ответ на вопрос "Откуда мы знаем?".

Новостные заметки бывают короткие и расширенные. Короткая новостная заметка состоит из 10–20 строк и содержит ответы на основные шесть вопросов. Вот пример короткой новости:

Вопросы для обсуждения:

1. Основные способы презентации информации в новостях.
2. Принцип «перевернутой пирамиды».

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf\(urait.ru\)](https://e.lanbook.com/book/180496)
3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.
4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартамова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.
5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.
6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.
2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 9.

Тема: Имитация радио. Подкаст в интернете.

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Что такое подкастинг? Говоря научным языком, подкастинг (от англ. podcasting — производное от слов iPod, популярного mp3-плеера от Apple и broadcasting, что означает широковещание) представляет из себя новый формат распространения аудио и видеоконтента через интернет. Технически подкастинг не представляет из себя ничего революционного — по сути, это простое внедрение мультимедиа-контента (аудио или видео) в rss-канал.

Но с точки зрения своих возможностей, подкастинг, по сути, является синтезом преимуществ

интернета и радио (а иногда — телевидения) и уже сейчас видно, что в ближайшем будущем подкастинг окажет значительное влияние на нашу жизнь. Но, обо всем по порядку.

Чтобы показать эффективность новой возможности, давайте сначала рассмотрим способы, которыми каждый из наших читателей получает информацию. Каналы эти широко известны: если не брать в расчет межличностное общение, то остается, по большому счету телевидение, радио, печатные СМИ и интернет.

Последний занимает все более значительную долю, причем, вполне заслуженно: благодаря интернету у вас есть огромный выбор источников информации, среди которых вы можете выбрать подходящий как по тематике, так и по объему и получать информацию в любое время, когда у вас есть возможность оказаться рядом с компьютером — опоздать на интересующую вас статью практически невозможно.

Исходя из этого все большее число людей резко сокращает время просмотра телевизионных передач и отказывается от прослушивания радио, находясь дома или на работе.

Но стоит задуматься на секунду, как мы поймем, что очень большая часть нашей жизни проходит в дороге. Несколько часов каждый день мы вынуждены находиться в автомобиле или в общественном транспорте, практически не имея возможностей рационально использовать это время.

Если вы заинтересованы в том, чтобы использовать это время для получения какой-либо информации, то вариантов, по большому счету, всего два: печатные СМИ и радио. Учитывая тот факт, что большую часть времени вы находитесь не в тихом и спокойном купе поезда, а в кипящем мегаполисе в час-пик, требующем немалой доли вашего внимания, чтение газеты или журнала едва ли можно считать подходящим занятием. Что же может предложить радио? Совсем немного. Если вы за рулем, или пользуетесь наземным транспортом, то вы, по крайней мере, имеете возможность его слушать, а вот предпочитающие путешествовать в метро могут сразу забыть об этом информационном канале. Впрочем, остальным тоже не особенно повезло: из весьма ограниченного числа радиостанций вы в лучшем случае сможете узнать об основных событиях общероссийского масштаба, но никак не об особенностях новых чипсетов системных плат.

А теперь представьте, что вы, просыпаясь утром, берете свой mp3-плеер (или подключаете его к автомагнитоле) и в дороге слушаете все актуальные новости, опубликованные на вашем любимом сайте (например, iXBT.com), в формате радиопередачи. Эпизоды были скачаны и синхронизированы с плеером автоматически. Фантастика? Отнюдь. Эти возможности и дает нам подкастинг.

Итак, как вы уже поняли, подкастинг берет лучшее из двух широко известных способов передачи информации: интернета и радио. Вы получаете возможность подписываться на интересующие вас эпизоды (подкасты) и слушать их по требованию в любое удобное вам время и в любом месте.

Вопросы для обсуждения:

1. Специфика создания аудиоматериала
2. Основы сведения на DJ оборудовании (сетка, определение (изменение) темпа, внетемповое сведение, работа с микшерным пультом)

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-

2F477F48B1F6.pdf (urait.ru)

3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. – 268.

4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартанова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.

5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.

6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).

2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.

3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.

4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».

5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 10.

Тема: Визуальная составляющая коммерческого продукта.

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Крупность планов и их комбинация

Деталь нужна для акцента и чтобы сосредоточить внимание зрителя на нужном вам объекте, например, на дрожащей руке с пистолетом или улыбке.

Крупный план — для передачи эмоций и мимики актера.

Средние планы подходят для съемки диалогов.

Общий — для съемки динамичных сцен, драк, танцев.

Дальний — чтобы дать зрителю представление об окружающей обстановке.

Как делать видео. Часть 3: съемка и монтаж

Крупность и комбинация планов. Источник: Lapse Studio

Чтобы после монтажа видео не выглядело дерганым, не монтируйте стоящие по соседству планы, а прыгайте как минимум через один. То есть крупный органично монтируется со вторым средним, а общий — с первым средним. Исключения — деталь и дальний план. Они органично монтируются даже с соседними.

Объекты в кадре

Существует несколько общепринятых способов располагать объекты в кадре.

Правило третей. Если размещать объект не в центре, а вдоль вертикальных или горизонтальных линий, а также в точках их пересечения, картинка будет живописнее, как на этой примере:

По центру. Если разместить объект в центре, внимание зрителя будет приковано именно к этому объекту. Но появится ощущение принуждения, будто оператор говорит: «Смотри вот на это!». Сравните: картинка слева выглядит менее живописной, зато сразу приковывает взгляд к объекту. Используйте оба способа в зависимости от цели.

Вправо = вперед. Если что-то движется в кадре слева направо, мы воспринимаем это как движение вперед, по направлению к чему-то, а если справа налево — как движение назад, возвращение или уход от чего-то.

Мозг подсказывает, что на верхней картинке женщина скорее всего отправляется куда-то, а на нижней — наоборот возвращается

Воздух в направлении движения. Если объект движется, между направлением его движения и

границей кадра должно быть свободное пространство. На примере ниже женщина идет вперед, но в кадре перед ней нет воздуха, из-за чего у зрителя появляется дискомфортное ощущение движения вслепую. На следующей картинке воздух есть, поэтому изображение воспринимается гармонично. Зритель видит не меньше героя и точно знает, что через мгновение в кадре внезапно не появится обрыв, препятствие или что-то еще.

Положение камеры

Расположение камеры влияет на то, как зрители воспринимают изображение. Камеру можно располагать следующими способами.

Сверху / высокий угол. Такая съемка преуменьшает размер объекта и создает легкий эффект комичности.

При съемку сверху даже мстители выглядят мелкими и незначительными

Снизу / низкий угол. При такой съемке получаем обратный эффект: объект выглядит больше, величественнее и эпичнее.

Низкий угол подчеркивает силу, власть и значимость героев фильма «Матрица»

Голландский угол — это основательно заваленный горизонт — 10 и более градусов. В зависимости от контекста, может подчеркивать нервное напряжение героя, безумие, дезориентацию или динамику.

На уровне глаз — это классический, привычный зрителю ракурс. Используется большую часть экранного времени в качестве основного. Остальные углы — акценты.

Съемка на уровне глаз привычна и не искажает объекты

POV (point of view) — с точки зрения героя. Максимально вовлекает зрителя в действие и позволяет почувствовать себя на месте героя.

Движение камеры

Съемок с одной точки для большинства видео недостаточно. Чтобы добиться большей выразительности, оператор может двигать камеру следующими способами.

Наезд, в зависимости от контекста и скорости движения камеры, может добавлять драматичности или передавать тревогу.

Медленный наезд передает драму.

Быстрый наезд помогает прочувствовать тревогу.

Отъезд органично и плавно переводит внимание зрителя с объекта на окружающую обстановку или нагнетает атмосферу брошенности, одиночества объекта.

Скольжение, или Truck — движение камеры вдоль или параллельно чему-либо. Используется для создания эффекта присутствия и увеличения динамики.

Профессионалы для наезда, отъезда и скольжения используют тележку, слайдер или зум. Если у вас этого нет, можно использовать скейтборд, настольный слайдер или картонку и любую гладкую поверхность. В камерах с оптическим зумом можно использовать и зум. Но в смартфонах и цифровых камерах его лучше не задействовать, так как он не увеличивает, а обрезает и растягивает изображение, снижая качество.

Подъем / спуск — используют в основном, чтобы:

обозначить высоту объекта;

переключить внимание зрителя с одной части на другую;

следовать за объектом, который поднимается или спускается;

передать киноклише «окинуть взглядом с ног до головы».

Эффектное представление крутого персонажа

Следование — это движение камеры вместе с движущимся объектом. Камера может быть спереди, сзади, сверху или сбоку. Придает кадру динамичности и вовлекает зрителя в происходящее, делая его участником событий.

Камера движется вместе с героями и вовлекает зрителя.

Панорамирование — поворот камеры вокруг своей оси. Обычно прием используют, чтобы следить за объектом съемки, переключить внимание зрителя с одного объекта на другой, познакомить с обстановкой.

Знакомство с окружающей обстановкой через панораму

Вращение вокруг объекта съемки — самый узнаваемый прием Майкла Бэя. Придает объекту съемки эпичности и значимости. Особенно эффектно смотрится в замедленной съемке.

Управление вниманием

Чтобы приковать взгляд зрителя к важной детали, используют приемы управления вниманием.

Фокус — простейший способ сконцентрировать внимание зрителя на нужном объекте.

Зритель в любом случае будет следить за фокусом

Контраст света и цвета автоматически привлекает внимание. На изображении ниже почти все темное, кроме центра, поэтому он притягивает внимание.

Главный принцип контраста — выделять то, чего мало. Направляющие линии подталкивают наше

внимание к ключевым объектам в кадре. С их помощью можно заставить зрителя смотреть именно туда, куда нужно. Задать линию можно светом, цветом, горизонтом или объектами в кадре.

Внимание направлено в центр кадра благодаря направляющим линиям и контрасту

Движение в кадре переключает на себя внимание, даже если мы этого не осознаем. Наш мозг запрограммирован переключать внимание на любой движущийся объект, и это можно использовать в видео.

Внимание привлекает движущийся хвост кота

Приложение для съемки

Для съемки можно использовать стандартное приложение камеры в смартфоне или установить специальное — с его помощью удобнее настраивать кадр. Например, в приложении FilmicPro есть указатель недо- и пересвета, функции регулировки фокуса и экспозиции, матрица баланса белого и много других функций.

Режим выявления недо- и пересвета в FilmicPro. Гистограмма показывает, что есть пересвет, а заливка красным указывает, где именно

Кинематографичность и эстетичность

Сейчас я не буду углубляться в тонкости кинематографичности видео и расскажу только о двух основных приемах — каше и количестве кадров в секунду.

Каше — это черные полосы сверху и снизу, наложенные поверх видео, либо съемка с соотношением 2.2:1, 2.76:1 или 2.39:1.

Первый скриншот воспринимается как просто картинка, второй — как кадр из фильма

Съемка 24 кадра в секунду делает видео более кинематографичным. 30 или 60 fps делают его более плавным, но менее «киношным»: становится видна искусственность декораций, движения кажутся неестественными и театральными.

Стабилизация

Главный враг оператора — дрожащая картинка. Штатив исключает тряску, позволяет зафиксировать камеру на нужной высоте и снимать статичные кадры, делать плавное вертикальное или горизонтальное панорамирование. Если нет возможности купить штатив, камеру можно стабилизировать и другими способами. Например, опереться локтями о колено, середину живота или какую-либо опору, использовать шлейку.

Варианты стабилизации камеры без штатива. Источник: premiumbeat

Свет

Свет — по большей части художественная составляющая. Чтобы решить большинство задач и снять видео, достаточно:

знать классическую схему расположения источников света;

уметь определять недостаток или переизбыток света;

выставлять нужную температуру.

Классическая схема студийного освещения

Если нужно снять статичную сцену в помещении, используйте схему Рембрандта:

Классическая схема студийного освещения. Источник: igoralekseev.com

Если сцена динамичная, то есть актер движется, будет достаточно яркого потолочного освещения и мягкого заполняющего. В качестве отражающей панели для заполняющего света можно использовать лист пенопласта.

Температура

Температура измеряется в Кельвинах. Чем выше температура лампы, тем более холодный свет она дает, вплоть до синего. Чем ниже температура, тем теплее и желтее свет.

Пример теплого и холодного света.

Баланс белого на камере или смартфоне может скорректировать температуру белого цвета, но с точностью до наоборот: чем ниже температура, тем более синим и холодным выглядит белый цвет. Чем выше температура, тем картинка теплее, вплоть до желтого.

Холодный, нейтральный и теплый баланс белого. Источник: fototips

Звук

Вторая составляющая качества видео — звук. Тему изучают подробно несколько семестров в профильном институте, а мы кратко перечислим основы дубляжа и звукового сопровождения.

Вопросы для обсуждения:

1. Съемка видео и фотографии как коммерческого продукта.
2. Съёмочный процесс, этапы и участники

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf \(urait.ru\)](https://e.lanbook.com/book/180496)
3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.
4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартанова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.
5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.
6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.
2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 11.

Тема: Препродакшн контента для цифровых медиа.

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Препродакшн – это процесс подготовки к съемкам фильма, этап, когда фильм собираются только снимать, когда уже готов сценарий, возможно в него пишут поправки, но он уже написан, В пре-продакшн входит все мероприятия связанные с подготовкой, доработка сценария, подбор команды, актеров, разработка художественной среды фильма, написание музыки, выбор места съемок. подбор массовки.

Вопросы для обсуждения:

1. Препродакшн.
2. Разработка сценария.
3. Раскадровка.

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf\(urait.ru\)](https://e.lanbook.com/book/180496)
3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.
4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартамова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.
5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.
6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.
2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 12.

Тема: Фотопродакшн для цифровых медиа

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Фотопродакшн или фотореклама представляет собой такой способ презентации бренда, товара или услуги, в рамках которого сообщение передается целевой аудитории при помощи фотообразов. Этот прием широко используется периодическими изданиями (газеты и журналы). Его задействуют различные веб-ресурсы. Эффектные рекламные фотоснимки часто украшают собой разнообразную полиграфию: от открыток и календарей до листовок, каталогов, афиш.

Фотопродакшн или фотореклама признаны одним из самых популярных и старых видов

рекламирования, эксплуатирующихся миром. Маркетологи и PR-специалисты давно поняли значение картинок и визуальных образов. Около 60% людей на земле – визуалы, лучше всего они воспринимают визуальную информацию. Такие люди лучше всего приспособлены к жизни, поскольку большинство информации они получают при помощи зрения и способны наилучшим образом обрабатывать ее. Но у каждой монеты есть две стороны, ведь именно визуалы больше всего подвержены влиянию фото и видеорекламы.

Вопросы для обсуждения:

1. Специфика создания фотоконтента для цифровых медиа
2. Техника безопасности при использовании оборудования

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf\(urait.ru\)](https://e.lanbook.com/book/180496)
3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. – 268.
4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартанова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.
5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.
6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.
2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 13.

Тема: Постпродакшн: основы обработки цифровой фотографии

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Коррекция экспозиции и оттенков клипа — неотъемлемая часть постпродакшена видеороликов. С ее помощью можно исправить любые недостатки, которые были не замечены во время съемки. Также вы сможете создать творческие эффекты и придать картинке определенную идею. Для редактирования видеоматериала потребуется специальная компьютерная программа для монтажа видео. В этой статье мы расскажем, как сделать цветокоррекцию качественно самостоятельно.

Что такое цветовая коррекция видеоклипов

Цветокоррекция — это исправление оттенков и яркости видеоролика. Она используется для того, чтобы кадры выглядели естественными и единообразными. Чаще всего редактируют экспозицию, температуру, насыщенность и другие параметры.

Выделяют два основных вида цветокоррекции:

1) Color Correcting

Это первое, что вы делаете с любым отснятым видео. Применяется для устранения ошибок, допущенных при настройке камеры.

Первичная цветокоррекция подразумевает настройку:

Экспозиции. Этот параметр отвечает за то, сколько света улавливает камера. Если параметр низкий, изображение будет темным, высокий — пересвеченным. Обычно экспозиция устанавливается в камере, но можно повлиять при постобработке.

Баланса белого. Он делает нейтральные цвета (например, серый) теплыми или холодными. Чтобы видеоряд выглядел естественно, необходимо выставить правильные значения температуры в видеоредакторе.

Контраста. При низких значениях кадр будет выглядеть плоским, при высоких можно получить спецэффект HDR.

Насыщенности. При обработке файла можно слегка повысить или понизить значение. Если вы хотите сделать картинку черно-белой, установите насыщенность на минимальную отметку.

Слева скрин с неправильными настройками, справа — после обработки

2) Color Grading

Художественную или выборочную цветокоррекцию обычно применяют при профессиональном редактировании отснятых видео. В данном случае можно изменить любые оттенки, создать акцентные тона, добавить засветы и текстуры, наложить динамические или статичные элементы, например, VHS-полосы.

Пример color grading

Почему обработка видеоклипов важна

Визуальная четкость имеет первостепенное значение для рекламы, фильмов, контента в социальных сетях. Палитра клипа может влиять на эмоции зрителя и интерпретацию сюжета и темы ролика. Качественный визуальный ряд говорит о профессионализме видеографа и усилиях, приложенных при редактировании.

Вопросы для обсуждения:

1. Основы фотокоррекции
1. Визуальные эффекты

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>

2. 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>.

3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf\(urait.ru\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741)

3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.

4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартамова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.

5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.

6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 14.

Тема: Видеопродакшн

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Production в переводе с английского означает «производство». Чаще всего термин продакшн используется в сферах кинопроизводства и рекламы. Иными словами, production — это создание медиапродуктов, которые прошли профессиональную обработку. С помощью яркого, интересного видеоролика вы с легкостью привлечете к себе внимание. Видеопродакшн очень востребован, ведь он позволяет повысить узнаваемость бренда, создать необходимый имидж и заинтересовать новых клиентов. Как известно, видео всегда воспринимается лучше текста, поэтому ролик о компании или услуге пойдет на пользу любому бизнесу.

Типы видеопродакшена

Видеопродакшн достаточно широкий термин, который охватывает множество форматов видеоконтента. Он включает:

- художественные и документальные фильмы;
- сериалы и телешоу;
- рекламные ролики;
- музыкальные видео;
- корпоративные ролики;
- образовательные курсы;
- видеоинтервью и многое другое.

Как устроен видеопродакшн

Создание роликов – одна из самых востребованных услуг на рынке. Поэтому видеопродакшн не теряет популярность.

Создание любого продукта начинается со знакомства с заказчиком. Для начала вы общаетесь, собираете вводную информацию о бренде или услуге, а также о потенциальном клиенте, и обсуждаете идеи для будущего ролика. На этом этапе очень важно понять цель, аудиторию и контекст видео, которое

нужно создать. На основе этого определяется концепт и примерный бюджет проекта.

Далее идут три основных этапа: pre-production, production, post-production.

1. Пре-продакшн. Чем больше информации вы соберете вначале, тем более качественный продукт вы получите в итоге. Этот этап должен включать: тритмент, режиссерский сценарий, подготовку сметы и сториборда, текстов и музыки, а также PPM или Pre Production Meeting. Тритмент необходим для четкого понимания сценария будущего ролика. Это документ, где режиссер прописывает героев, место развитие сюжета, декорации и настроение ролика. Сториборд представляет сюжетную зарисовку, изображающую основных персонажей и место действия. Он поможет съемочной группе и заказчику понять, все ли в порядке с будущим видеороликом. Перед продакшеном необходимо также подобрать и текст, и музыку. Далее составляется смета и проводится встреча с клиентом, где максимально детально обсуждают подготовку к съемочному дню. Pre Production Meeting является своеобразной страховкой от недопониманий между видеостудией и клиентом. Дополнительным преимуществом станет создание плана съемочного дня. Обычно план пишет второй режиссер, а продюсер оценивает его. Он содержит информацию о том, сколько времени идет на разворачивание съемочного крана, разгрузку техники, расстановку света и прочие.

2. Продакшн. На этом этапе происходит видеосъемка. Процесс съемки предполагает использование специализированного оборудования и задействование профессиональной съемочной команды с целью накопить весь необходимый по сценарию видео- и аудиоматериал. Во время съемок нужно быть предельно внимательными и правильно выстраивать кадры, ведь ошибки на этапе production фатальны. Поэтому на студии присутствует специальный человек, который занимается монтажом ролика сразу на площадке. Это помогает режиссеру видеть, как кадры видео объединяются между собой.

3. Пост-продакшн. Здесь происходит монтаж и обработка снятого материала. Обычно постпродакшн включает: монтаж, цветокоррекцию, обработку звука и саунд-дизайн, композитинг, анимацию и добавление визуальных эффектов, рендеринг.

Но на этом создание видео не заканчивается. Финальным этапом продакшена стоит считать продвижение готового видеоролика в Интернете и/или ротацию на ТВ. Создание вирусной обложки, использование ключевых слов и оптимизация видео помогут собрать как можно больше просмотров, лайков, репостов и комментариев, что позитивно отразится на узнаваемости вашего бренда и компании.

Вопросы для обсуждения:

1. Основные правила и специфика создания видеоконтента для цифровых медиа
2. Использование видео и светового оборудования

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>

2. 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>.

3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf\(urait.ru\)](FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf(urait.ru))

3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.

4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартамова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.

5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана,

2015. - 383 с.

6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 15.

Тема: Монтаж материалов для цифровых медиа

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Для того, чтобы сделать картину, режиссёр должен скомпоновать отдельные снятые куски, беспорядочные и несвязные, в одно целое и сопоставить отдельные моменты в наиболее выгодной, цельной и ритмической последовательности, так же, как ребёнок составляет из отдельных, разбросанных кубиков с буквами целое слово или фразу.

Круг проблем: новые методы видеомонтажа и их применение в современном кинопроизводстве, рекламе, мобильных медиа и телевидении.

Видеомонтаж в современном медиапроизводстве стал неотъемлемой частью создания целостного аудиовизуального произведения, в котором каждый кадр служит важным элементом эмоционального и смыслового воздействия на зрителя. Сегодня, когда аудитория сталкивается с огромным количеством визуального контента, роль монтажа как выразительного средства и метода художественного мышления обретает новое значение. На протяжении истории кинематографа монтаж прошел путь от простого средства сборки кадров до сложной дисциплины, требующей глубоких знаний о восприятии, психологии и динамике ритма.

Вопросы для обсуждения:

1. Специфика монтажа материалов для цифровых медиа
2. Тренды видеомонтажа

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>

2. 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>.

3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf (urait.ru)

3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.

4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартамова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.

5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.

6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 16.

Тема: Особенности визуального восприятия материалов.

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Цвет для человека — это важнейший канал восприятия, а также сильный стимул, вызывающий эмоции и ассоциации и влияющий на запоминание. Исследования показывают: когда мы впервые сталкиваемся с другими людьми или продуктами, отношение к ним формируется в течение 90 секунд, и более 60% решений базируется на цвете.

Разумное применение психологии цветов в медиа работает на запоминание бренда и позитивное отношение к нему. Цвет прочно связывает картинку в голове клиента с эмоциями и образами, которые нравятся, причастность к которым хочется испытать, а также подталкивает к решению о покупке. Знания психологии дает маркетологам действенный ключ к сердцам потребителей.

Все же эксперименты показывают, что воздействие цвета на человека зависит от множества факторов. Реакции связаны с местом рождения, воспитанием, личным эмоциональным опытом. Есть различия в предпочтении цветов между женщинами и мужчинами, подростками и пенсионерами, жителями разных континентов.

Но существуют и общие установки. Например, любой человек подсознательно считает сочетание зеленого и синего как успокаивающее: так окрашены трава и небо. Желтый вызывает теплые, приятные ощущения, как архетипический символ солнца, а красный связан с огнем, поэтому возбуждает, возвращая к коллективному опыту. Дизайнер Фабер Биррен утверждает, что предпочтения синего, красного, серого, оранжевого и желтого практически идентичны для обоих полов, и существуют вне культурных границ.

Вопросы для обсуждения:

1. Семантика цвета.
2. Образ как средство визуальной коммуникации

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf\(urait.ru\)](https://e.lanbook.com/book/180496)
3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.
4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартамова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.
5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.
6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.-Ставрополь: СКФУ, 2025.
2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.-Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 17.

Тема: Графические решения в цифровых медиа.

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Размер шрифта. Размер текста в вебе не должен быть меньше 13 пикселей. На мой взгляд, лучший выбор — в пределах 14–18 px. Не слишком большой и в то же время удобочитаемый.

Выбирайте правильную длину строки. Не верьте разговорам, что правильную длину строки можно получить, умножив размер шрифта на два. Это ерунда. Просто постарайтесь удерживать длину строки в пределах 45–75 символов. ГОСТ для печатных изданий рекомендует длину в 60 символов, но это, конечно, труднодостижимый идеал в условиях веба. И всё же к нему стоит стремиться. Определяйте на глаз, не является ли строка слишком длинной или слишком короткой.

Интерлиньяж должен соответствовать размеру шрифта. Чтобы достигнуть баланса между текстом и «воздухом», сделайте межстрочное расстояние примерно в полтора раза больше высоты строчных букв. Есть ещё один способ попроще: устанавливаем интерлиньяж, равный 125% размера шрифта.

Абзац. Выравнивайте по левой стороне. Если вы не уверены, какую выключку выбрать, выбирайте выключку влево: варианты «Вправо» и «По ширине» в вебе редко себя оправдывают. В неровном крае нет ничего плохого. Выключенный влево текст легче читать, так как глаз видит чёткое визуальное окончание каждой строки. Но по-русски такой текст удобно читать, если строка не слишком длинная. Поэтому, если ваша строка больше 60 символов, попробуйте расключенный набор. Только не забудьте расставить переносы и проверьте, всё ли выглядит хорошо: несколько переносов подряд определённо затруднят чтение.

Избегайте большого числа переносов. Вообще, переносов в вебе по возможности следует избегать. Попробуйте перенести слово на новую строку или чуть-чуть измените межбуквенное расстояние. Если знаков переноса слишком много, поменяйте размер шрифта или величину пробелов. А при выключке влево вообще не используйте перенос слов.

Без отступа. Не отделяйте отступом первый абзац от заголовка. Если вы отбиваете абзацы пустой строкой, не используйте абзацные отступы. Это избыточно и безвкусно. С другой стороны, текст вообще без отступов и отбивок будет сложнее восприниматься. В общем, выберите один из способов: или красную строку, или отбивку — и используйте его на протяжении всего текста.

Узкая колонка. Если вам нужно набрать небольшую колонку текста, попробуйте использовать узкий шрифт. Так текст будет не только смотреться лучше, но и легче читаться, так как в строку поместится больше символов.

Висячая пунктуация. За линию набора стоит выносить кавычки, скобки, дефисы, точки, запятые. Это всегда выглядит элегантно и помогает сохранить нужную форму абзаца.

Вопросы для обсуждения:

3. Шрифт и типографика.
4. Восприятие композиционных решений, геометрических фигур.

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf](https://www.urait.ru/files/2F477F48B1F6.pdf) (urait.ru)
3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.
4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартанова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.
5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.
6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 18.

Тема: Средства выразительности и особенности цифрового искусства

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Поначалу самым главным свойством телекамеры представлялась способность передавать внутреннее состояние человека, а не только его слова, мимику и жесты, т.е. сосредоточивать внимание зрителя на «жизни человеческого духа»[2]. Товстоногов говорил тогда, что крупный план «по-новому расшифровывает само понятие мизансцены. Простой поворот головы персонажа, показанный крупным планом на телевизионном экране, может превратиться в акт, существенно меняющий смысл всего происходящего. Это не может быть увидено в театре. <...> Мимика, незначительные жесты, протекание мыслей в видимых изменениях лица персонажа — вот истинные мизансцены ТВ. Действенность мысли здесь явно преобладает над внешним действием»[3].

Затем все большее внимание стали уделять постоянно меняющимся технологическим возможностям телевидения: прямая трансляция, видеозапись и видеомонтаж, спецэффекты, компьютерный монтаж — за менее чем полвека жизни телевидения его сотрудники пережили несколько технологических революций, которые, как казалось, расширяли представления о его природе. Все эти годы телевидение в первую очередь развивалось как визуальное искусство.

Потом наступил общественно-политический кризис, сопровождавшийся периодом «гласности». Острая публицистика, поднимающая животрепещущие проблемы, не нуждалась в том, чтобы привлекать зрителя и говорить с ним на языке художественных образов. Телевидение стало интереснее слушать, чем смотреть. Слово главенствовало над изображением.

После превращения телевидения в «большой бизнес», разговоры о его художественном потенциале, по мнению многих, потеряли смысл[4]. Вместо телеспектаклей и литературно-драматических программ на экране воцарились многочисленные игры, сделанные по западным образцам и стандартам (не только содержательно, но и эстетически). Передачи снимались по строгой схеме, просчитанной продюсерами и не допускающей режиссерских «художественных вольностей». Творческие поиски и эксперименты стали уделом авторских программ, не претендующих на высокий рейтинг и предназначенных для показа в позднее время. Одна часть режиссеров при этом ориентировалась на традиции и приемы, пришедшие из советского прошлого, другая — на новые для нас западные разработки. Постепенно стало очевидно, что привычный ритм монтажа изменился, также как и критерии сочетаемости кадров, и противостоять этому невозможно. Казалось, надо забыть прошлое и начать все изобретать заново.

Однако на самом деле ни технологические, ни политические, ни экономические изменения не оказывают принципиального влияния на природу телевидения. Телевидение остается экранным искусством и имеет общие с кинематографом выразительные средства. Сегодня, как и много лет назад, их можно представить как систему, состоящую из двух соподчиненных групп[5]. К первой стабильной группе относятся выразительные средства, определяющие пластику экрана: кадр, план, ракурс, свет (природный и полученный при помощи светотехники) и цвет (в том числе при черно-белом изображении). К той же первой группе принадлежат выразительные средства, определяющие аудиохарактеристики: речь, шумы и

музыка (как студийные, так и документальные). Эти выразительные средства обусловлены природой телевидения, их перечень постоянен.

Вторая группа выразительных средств мобильна и находится в зависимости от воли и задач автора (или авторов) передачи: монтаж, мизансцена (мизанкадр), выразительные способы съемки

(статичная, с движением), необычные ракурсы, спецэффекты, титры, декорации и др. Этот список может увеличиваться по мере совершенствования телевизионной техники.

Представленный перечень выразительных средств телевидения (малого экрана, как его иногда называют), очевидно, ничем не отличается от выразительных средств кино (большого экрана). Различия в языке, на наш взгляд, коренятся не в выразительных средствах, а в приемах их использования. Их можно условно разделить на три большие группы — режиссерско-исполнительские (т.е. касающиеся профессиональных навыков актеров и ведущих), режиссерско-постановочные (определяющие пространство действия) и сценарно-продюсерские примеры (определяющие механизмы воздействия на аудиторию, проявляющиеся в драматургии).

Г.Н. Бровченко рассматривает драматургические средства воплощения авторского замысла наряду с экранными[6]. Однако, на наш взгляд, они должны быть рассмотрены отдельно, во-первых, поскольку сценарий может считаться самостоятельным произведением искусства, а во-вторых, поскольку разработка сценария в современной телевизионной индустрии неразрывно связана с медиабизнесом[7], интересы которого учитывают в своей работе сценарист и продюсер. Разумеется, драматургические средства оказывают существенное влияние на выбор режиссерско-постановочных приемов[8], но в ряде случаев на современном телевидении телепрограммы не имеют полноценного сценария, довольствуясь модульным сценарием, созданным по шаблону, предлагаемому форматом.

Специфические телевизионные приемы отрабатывались в процессе эволюции всех жанрово-тематических направлений вещания. Основным полигоном для этой работы в течение многих десятилетий были информационные программы, так как в распоряжение редакций этого направления в первую очередь выделялась новая техника. С другой стороны, в подготовке художественных, культурно-просветительских и научных программ (создававшихся, в частности, литературно-драматической редакцией) часто принимали участие знаменитые театральные режиссеры и актеры, имеющие талант и профессиональный опыт. Работая над созданием телеспектаклей, они искали нестандартные подходы к материалу, придумывали художественные приемы.

Вопросы для обсуждения:

1. Средства выразительности в цифровых медиа
2. “Цифровая живопись”

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf](https://www.urait.ru/files/FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf) (urait.ru)
3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и

магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. – 268.

4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартанова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.

5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.

6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Семестр 6

Практическое занятие 1.

Тема: Типология авторского контента

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Каждый вид блога выполняет свою функцию. Если ты решила завести блог, но еще не уверена, что именно это может быть, то этот пост для тебя. Сегодня ты узнаешь какие типы блогов бывают, для чего они нужны и что с ними делают блогеры.

Персональный блог

Зарождение блогинга произошло благодаря онлайн-дневникам. Люди хотели поделиться собственным мнением, опытом или мыслями онлайн. Для блогеров, которые писали в персональный блог не было правил или шаблонов.

Сегодня блогеры, которые ведут личные блоги, делают примерно то же самое, что и раньше. Только теперь создать блог стало намного проще. Например, можно создать блог на Blogger, WordPress, Tumblr. Кстати, в своей статье «На какой платформе создать блог» я сравнила все популярные платформы.

О чем пишут в личных блогах? Обо всем! Кто-то говорит о хобби, кто-то общается на любимые темы, вроде политики или моды, кто-то постит рецепты бабушки, а кто-то рассказывает как сделать маникюр.

Интересно, что сейчас, персональные блоги стали более «профессиональными» и сейчас больше похожи на современный вариант lifestyle-блогов.

Кому подходит? Персональный блог – это в принципе отличный повод попробовать свои силы в блогинге. Создав такой «тестовый» вариант, ты сможешь набить первые «шишки» и перейти к созданию прибыльного блога, если захочешь.

Как продвигать такой блог? Еще один плюс такого типа в том, что тебе не нужны специальные знания. Достаточно найти схожие по тематике блоги и договориться о том, что вы будете делать друг другу гостевые посты. Гостевые посты – это статьи, которые блогер пишет не для своего блога, а для партнерского блога. Это самый действенный вариант, как найти новых/первых читателей.

Типы блогов: бизнес-блог

Зайди в свой любимый онлайн-магазин. Наверняка там есть блог. Такой тип блога называют бизнес-блогом. Цель его в том, чтобы стать ближе к своим покупателям и показать свой авторитет.

О чем пишут в бизнес-блогах? Напишу сразу пример. Если это магазин косметики, то читателям

наверняка понравится подборка beauty-новинок или урок макияжа. А вот маникюрный салон может показать как происходит процедура наращивания ногтей или снятие шеллака. Также подойдет фрилансерам, которые хотят рассказать о себе, показать свою работу, найти новых клиентов. То есть, в бизнес-блогах обычно пишут только по своей теме.

Кому подходит? Если ты собираешься предоставлять какие-либо услуги или продавать что-то, то уже на ранней стадии можно заводить бизнес-блог. Например, ты в скором времени запустишь онлайн-курс или будешь продавать свою книгу. Бизнес-блог, как раз отличный способ подготовить аудиторию к покупке заранее.

Как продвигать такой блог? Бизнес-блог можно использовать для сбора контактов. Впоследствии ты сможешь делать email-рассылки о скидках, выгодных предложениях или новинках в твоём магазине. То есть, после создания бизнес-блога очень желательно сделать форму подписки для пользователей, где они оставят свои контакты.

Профессиональный блог

Профессиональные блогеры – это те блогеры, которые зарабатывают с помощью своих блогов. Для заработка они используют различные стратегии, например, размещают баннеры в своём блоге, делают почтовые рассылки с партнерскими ссылками или баннерами, делают онлайн-продукты или услуги и так далее. В общем все их действия завязаны на получение прибыли.

О чем пишут в профессиональном блоге? Популярным форматом в профессиональных блогах остаются обзоры и рекламные статьи. В таких блогах можно часто встретить статьи с разными подборками продуктов.

Кому подходит? Всем тем, кто собирается продавать товар или услугу.

Как продвигать такой блог? В данном случае все способы хороши – социальные сети, блоги, форумы и все, что можно задействовать, чтобы рассказать о твоём блоге.

Типы блогов: нишевый блог

Вместо того, чтобы освещать несколько тем, нишевые блоги фокусируются на одной специфической теме. Например, блог может быть посвящен только рецептам десертов, обзору научных книг или программам похудения для женщин 30+. Плюс такого блога в том, что в нём легче отследить слабые и сильные стороны, а значит и изменить что-то можно быстрее и качественнее.

О чем пишут? Очень важно для нишевого блога – выбрать тему, которая точно совпадает с твоими желаниями. Работы предстоит много, а вдохновение не всегда приходит. Так что, если о какой-то теме ты можешь говорить часами, значит, создавай блог.

Кому подходит? Нишевый блог может стать таким же хорошим началом для новичков, как и персональный блог.

Как продвигать? После создания нишевого блога тебе не нужны специальные знания. Начни с социальных сетей, а после можно договориться о гостевых постах.

Блог-перевертыш

Я назвала этот тип блога так, потому что статьи для него пишет не один автор, а все желающие. Эта практика достаточно распространена как на западе, так и в русскоязычном интернете. Ярким примером может быть блог «Ярмарка Мастеров» или Medium. Статьи, обзоры и любой другой контент для него пишут сами пользователи.

О чем пишут? Блоги-перевертыши могут иметь как одну, так и несколько тем одновременно. Так что включай свою фантазию и попробуй экспериментировать.

Кому подходит? Такой тип блога просто палочка-выручалочка, когда совсем нет идей, но создать свой блог хочется.

Как продвигать такие типы блогов? Огромный плюс подобного рода блогов в том, что авторы зачастую оставляют сами ссылку на свои тексты или статьи, привлекая новых читателей. Твоя задача при создании блога-перевертыша в том, чтобы привлечь авторов хоть с какой-нибудь значимой аудиторией. Также вход отлично пойдут социальные сети.

Партнерские блоги

Такие типы блогов также помогают зарабатывать деньги их владельцам. Только блогеры, которые занимаются созданием контента для партнерских блогов, зарабатывают на рекламе чужих продуктов или услуг. Обычно в статьях такого блога есть ссылки на спонсора или партнера, который платит за рекламу.

О чем пишут в партнерских блогах? Самым популярным контентом в таких блогах являются обзоры, отзывы, рецензии, подборки.

Кому подходит? Если у тебя нет собственного продукта, который ты можешь продать, но заработать хочется, то этот тип блогов подходит именно для таких случаев. Ну или если ты любишь халяву:). Потому что иногда блогерам что-то перепадает бесплатно.

Как продвигать такие типы блогов? Чтобы быть успешным владельцем партнерского блога тебе надо собрать базу подписчиков. Создай в блоге форму подписки, а также приглашай читателей в группу в социальных сетях. В дальнейшем ты сможешь делать рассылки на почту с акциями, предложениями,

подборками и прочим, что можно купить и за рекламу чего ты получишь деньги.

Медиаблоги

Всегда мечтала стать влогером? Считаешь, что можешь делать красочные фото для Instagram? Тогда создавай медиа блог. Этот тип блогов популярен среди разных возрастов и социальных групп. Именно поэтому медиа блоги сейчас приобрели большую популярность. Посмотри только, сколько звезд ведут такие блоги и насколько они пользуются спросом!

Что делать в медиа блоге? Снимай фото, снимай процесс приготовления пищи, делай разговорные видео, снимай летсплеи, путешествия. В общем можешь показывать абсолютно все, что можно снять на камеру.

Кому подходит? Абсолютно всем!

Как продвигать такие типы блогов? При создании медиа блога тебе стоит сосредоточиться на одной площадке. Там же покупай рекламу, добавляй новых подписчиков и всячески давай о себе знать.

Вопросы для обсуждения:

1. Уникальность содержания и формы подачи информации
1. Типы блогов в медиасреде

Практическое занятие 2.

Тема: Этапы создания авторского контента

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Как создать свой канал с нуля

Видео блог (влог) – это персональный канал, где его создатель рассказывает о событиях или вещах, с которыми он сталкивался в жизни. Фактически он представляет собой дневник знаний и опыта блогера. Существует множество интернет ресурсов для создания влогов, но самым популярным сервисом, с возможностью получения высокого и стабильного дохода является YouTube, где вы сможете создать видеоблог бесплатно.

Выбор темы для собственного влога

Тематика вашего канала должна быть интересной и вам, и зрителю, вы должны в ней разбираться и всегда проверять на достоверность всю подаваемую информацию. Также можно воспользоваться статистикой самых популярных тем для интернет-блогов. Так, на сегодняшний день наиболее актуальными темами являются:

Способы заработка и развитие бизнеса.

Юридическая тематика.

Автомобили и их ремонт.

Кулинария - как экономно, быстро и хорошо готовить.

Обзоры кинофильмов.

Спортивные тренировки и диетическое питание.

Обзоры и распаковка товаров (в особенности из Китая).

Игровые обзоры и стримы видео игр.

Мастер-классы по рукоделию.

Туризм и отдых, включая правила выживания и туристическое снаряжение.

С другой стороны, ваш блог может быть разносторонним и охватывать несколько тем, которые вам интересны.

Когда тема выбрана, представьте себе портрет вашего потенциального зрителя. Определите, чем может быть полезно для него ваше видео, как необходимо подать информацию чтобы она была воспринята им. В настоящее время публика Ютуба это не только молодежь, как было десять лет назад, поэтому целевая аудитория может быть любой возрастной категории.

Как зарегистрировать и оформить канал

Самая простая часть процесса создания видеоблога на YouTube – это регистрация канала. Для этого вам необходимо зарегистрировать почтовый ящик на Gmail и далее войти через него на видеохостинг. К слову, только так вы в дальнейшем сможете получить доступ к монетизации канала через Google AdSense.

Оформление блога – это ваш аватар, обложка и описание канала. Используйте только уникальные изображения, к примеру, если ваш блог о кулинарии, вы можете сделать фото вашего лучшего блюда. В описании вы можете рассказать о себе или о целях вашего блога.

Создать невероятное оформление канала YouTube вам поможет удобный редактор Canva.

Помимо регистрации на YouTube, потребуется сразу зарегистрироваться в системе WebMoney и получить как минимум формальный аттестат. Это позволит вам быстро оперировать финансами вашего канала (оплата раскрутки, получение дохода).

Оборудование и организация места съемки

Место съемки ваших роликов во многом определит популярность блога. Если вы рассказываете о профессиональной деятельности, ваша обстановка должна соответствовать. А потому перед тем как создать канал на YouTube, продумайте где вы собираетесь вести съемку. Это может быть:

Специально отведенное место дома;

Мастерская или гараж;

Природный ландшафт или улицы города.

Для съемки вам потребуется следующее оборудование:

Цифровая видеокамера или фотокамера с возможностью съемки в хорошем разрешении. Минимальное разрешение (встроенная камера ноутбука или видеорегистратора) будет достаточным только для единичных роликов, снятых в режиме репортажа, а вот для полноценного блога на YouTube, необходимо чтобы камера обеспечивала не менее 1280 x 720 пикселей для пропорции кадра 16:9 или минимум 640 x 480 пикселей для пропорции 4:3.

Световое оборудование. Для красивой картинке потребуется не менее двух источников света (прямой и боковой). Если есть возможность, третий свет направляют на фон. Это могут быть полупрофессиональные лампы или же обычные настольные с достаточно мощными светодиодными лампами.

Микрофон. Использование встроенного микрофона ноутбука или камеры очень часто приводит к тому, что зритель ничего не слышит. Такие видео мало пользуются спросом. Для решения проблемы можно воспользоваться достаточно бюджетным вариантом - петличным микрофоном (прищепкой), стоимость которого стартует всего от 3-4 долларов.

Штатив для камеры. Чтобы избежать дрожания видео, вы можете использовать штатив, который также позволит вам отснять все самостоятельно.

Вопросы для обсуждения:

1. Определение формы контента
2. Сбор данных
3. Написание материала/сценария

Работа с техническими средствами

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>

2. 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>.

3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf](https://www.urait.ru/files/FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf) (urait.ru)

3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитар. направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.

4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартамова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.

5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.

6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 3.

Тема: Разработка бренда авторского цифрового контента

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Зачем видеоблогинг брендам

1. Повышение лояльности пользователей

Видеоблог позволит составить о вашем бренде правильное мнение, передать определенные эмоции, в конце концов познакомить с представителями компании. Ведь намного приятнее покупать товар, зная, что за ним стоит работа конкретных людей, их энергетика. И видео как нельзя лучше помогает доносить это до покупателей.

2. Увеличение посещаемости сайта

Если пользователю нравится ваше видео, то, что вы рассказываете о продукции, как преподносите информацию, скорее всего, он перейдет по ссылке на сайт — по данным Think With Google, 40 % пользователей посетили сайт после просмотра видео на YouTube.

3. Генерация продаж

Покажите пользователю продукт в действии, продемонстрируйте все преимущества, и он задумается о том, чтобы приобрести его. Человек намного быстрее принимает решение о покупке после просмотра видео бренда на YouTube. Из 40 % пользователей, перешедших на сайт компании после просмотра видео, 28 % оформляют заказ (статистика Think With Google). А эмоциональная составляющая влога работает лучше, чем любой, даже самый идеальный текст.

4. Постпродажное обслуживание

На канале вы можете поднимать вопросы, которые волнуют именно ваших покупателей. Если разместить на YouTube, например, видеонструкции, число запросов в службу поддержки существенно снизится. Это особенно актуально для компаний, которые продают сложные в использовании продукты или предоставляют сложные услуги.

Вопросы для обсуждения:

1. Разработка бренда цифрового контента для цифровых медиа
2. Бренд авторского цифрового контента
3. Технология разработки авторского цифрового контента

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.

3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf\(urait.ru\)](FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf(urait.ru))

3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.

4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартамова Е. Л., Круглова Л. А. и др.]; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.

5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.

6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 4.

Тема: Планирование собственного проекта для цифровых медиа.

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3.

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Проект - уникальная деятельность, предполагающая координированное выполнение взаимосвязанных действий для достижения определенных целей в условиях временных и ресурсных ограничений.

Основными признаками проекта являются:

- уникальность и неповторимость целей и работ проекта;
- координированное выполнение взаимосвязанных работ;
- направленность на достижение конечных целей;
- ограниченность во времени (наличие начала и окончания);
- ограниченность по ресурсам.

Между проектами и бизнес-процессами имеются как схожие черты, так и различия. Схожесть проектов и бизнес-процессов состоит в том, что те и другие:

- имеют определенные цели;
- состоят из работ;
- выполняются людьми;
- для их реализации необходимы ресурсы, количество которых, как правило, ограничено;

ими необходимо управлять.

Вопросы для обсуждения:

1. Признаки проекта
2. Определение целей проекта

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: <http://www.urait.ru/Products/2F477F48B1F6.pdf> (urait.ru)
3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитар. направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.
4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартанова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.
5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.
6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.
2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 5.

Тема: Процесс создания авторского цифрового контента для цифровых медиа.

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Технически все очень просто. Не надо специальных программ или сервисов. Чаще всего задачи

планируют в Excel. Хотя вполне подходят текстовые редакторы и даже обычный блокнот. Выделим два способа ведения:

Календарный. Формируем таблицу в виде календаря. В ячейки с датами вписываем тему предстоящей публикации. Для обозначения типа статьи и других признаков используем цветовую маркировку или примечания. Такой вид удобен, когда постов много. Их видно, как на ладони.

Списочный. Составляем обычный список тем, в котором указываем важные для нас данные. Это удобно, когда добавляем большое количество столбцов с дополнительными параметрами или если публикуем всего одну-две страницы в неделю.

Всегда указываем дату и заголовок. Однако порой нужны и другие параметры:

срок сдачи текста и его автор;

тип записи и ее цель;

тайтл и дескрипшн;

место промоутирования и многое другое.

Не изобретать велосипед позволяют готовые примеры и шаблоны для контент-плана. Я сейчас адаптирую под себя файл Юрия Гальмакова. Он выглядит вот так:

как составить контент план для блога

Списочный контент-план для блога.

Работая на биржах, писал тексты по разным заданиям. Оттуда взял для себя вот такой шаблон для социальных сетей:

как составить контент план для социальных сетей

Календарный контент-план для социальных сетей.

Где брать темы для публикаций

Это, пожалуй, самый больной вопрос для администраторов сообществ, блоггеров и маркетологов.

На поиски ответа я убил, если не сотни, то десятки часов уж точно. Но со своими читателями наработками поделюсь.

Классическим решением становится составление семантического ядра при помощи специальных программ-парсеров. Способ хороший, но слишком уж однобокий. Для тех, кто с ними не знаком, объясню «на яблоках».

Вы выдумываете слово или словосочетание, которое может быть интересно вашей аудитории. Загоняете его в сервис, а на выходе получаете сотни тысяч запросов. Например, из исходного «маникюр» получаем такие «хвосты»:

обрезной;

необрезной;

французский;

американский;

как сделать;

как ухаживать и так далее.

Такое контент-планирование основано только на исходных данных, взятых из собственной головы. Хорошо, если вы профессионал в своей области и глубоко разбираетесь даже в мелочах. Но если нет, будут проблемы. Поэтому надо становиться ближе к людям – потребителям информации. Игнорировать их – грубая ошибка. Подробнее об этом еще расскажу ниже.

А вот тематические форумы становятся неиссякаемым источником вдохновения каждого блоггера. Достаточно изучить обсуждения и проблемы с поиском музыки уходят на второй план.

Просматриваем также комментарии под видео YouTube и постами вашей тематики из ТОПа поисковых систем. Там озвучиваются недочеты, которые не раскрыты в текстовой записи или видео. Достаточно их учесть и ваше руководство становится самым полным, полезным и интересным. Причем часто затрагиваются объемные понятия. Вот вам и готовый перечень статей.

Как часто планировать публикации

Есть теории и философские рассуждения на тему периодичности размещения при создании контент-плана. В том числе научно обоснованные. Но для себя я выделяю лишь два адекватных фактора:

Потребность читателей. Подписчики – это наше всё. Если взялись освещать новости региона, значит пишем много и часто. Делать анонс прошедшего мероприятия бессмысленно. Хороша ложка к обеду!

Собственные возможности. Если выбранная тематика не требует частого выхода постов, отталкиваемся от своего свободного времени. Действительно свободного! Не ограничиваем себя нереальными рамками. Нервная система – девушка капризная. Она мстит стрессами и загоняет в депрессию. Пусть лучше будет одна запись в неделю, но постоянно.

Поэтому здраво оцениваем свои силы и соблюдаем график.

Остерегайтесь этих ошибок

При изучении рассматриваемого вопроса я буквально взорвал мозг себе и коллегам. Оказывается, что не все даже знают, как выглядит контент-план. Утрирую конечно. Но «профессионально» работают с ним действительно единицы. Удалось раскопать ряд проблем. Вот как НЕ НАДО делать:

Писать «из головы». В целом метод хороший. Но не для всех. Нужно обладать феноменальной памятью и навыком «шахматиста» – продумывать ходы на пять шагов вперед. Иначе нить рассуждений постоянно будет петлять. Поэтому носим с собой блокнот и изливаем мысли на бумагу.

Вываливать информацию залпом. Так вы быстро выгораете морально. Даже если энергия бьет ключом, бережем свои силы. Написать 20 текстов подряд, а потом на месяц пропасть – не самая хорошая идея. Постоянство любят не только читатели, но и поисковые роботы (если вы хотите продвигаться по SEO). Есть жгучее желание творить – наполняем свой контент план для социальных сетей или личного сайта впрок. Но публикуем записи планомерно.

Писать исключительно по семантике. Обязательно используем ключевые запросы. Но дневник, статьи которого идут по одному шаблону вызывает уныние. Получается классический контентник. Не более того.

Вопросы для обсуждения:

1. Создание авторского контента для цифровых медиа
2. Тема, идея контента
3. Подбор героев

Практическое занятие 6.

Тема: Монетизация контента

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Способы заработка на видеоблоге

Итак, вы определились с тематикой своего видеоблога, «залили» первые ролики и начали набирать подписчиков. Логично, что возникла мысль о том, что неплохо было бы получать за свой труд хоть какую-то копеечку. Существуют как минимум три главных способа монетизации видеоблога. Рассмотрим их:

Контекстная реклама. Сервисы помогают размещать блоки контекстной рекламы непосредственно во время трансляции вашего ролика. Такая реклама не является назойливой и не занимает много места на экране. Поэтому зрители относятся к ней более или менее лояльно. Оплата осуществляется за каждое полезное действие, совершенное пользователем с рекламным блоком (клики, переход на сайт, задержка на нём определенное время). Соответственно, чем больше у вас активных подписчиков, тем выше будет доход от контекстной рекламы.

Рекламные ролики при запуске видео. Схема проста: пользователь включает ваш видеоролик, но вместо него сначала запускается рекламное видео, длительностью от нескольких секунд до двух-трех минут. Как правило, по истечении 5 секунд в углу экрана появляется кнопка «пропустить», чтобы не раздражать зрителя. Рекламодатель также отчисляет вам деньги за клики и переходы на свой сайт.

Ссылки в описании. Под видеороликом размещается его описание или краткое содержание. В это описание можно грамотно вставлять активные ссылки от своих партнеров и получать деньги за автоматически учитываемые клики и переходы.

Естественно, все вышеописанные способы лучше всего применять в комплексе. Однако для того, чтобы рекламодатели обратили на вас внимание, число подписчиков должно быть не меньше нескольких тысяч. Сумма заработанных денег будет расти вместе с количеством довольных зрителей, и её предел... скажем так, неограничен.

Знаменитый на весь мир шведский видеоблогер и стример PewDiePie (в миру – Феликс Чельберг) за пять лет «раскрутил» свой канал до 50 миллионов подписчиков, которые на данный момент просмотрели его видеоролики около 15 миллиардов (!) раз. Финансовая отдача от такой аудитории соответствующая и составляет до 18 млн. евро в год.

Вопросы для обсуждения:

1. Монетизация контента
2. Способы монетизации контента
3. Эффективные решения

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf\(urait.ru\)](http://FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf(urait.ru))
3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.
4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартанова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.
5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.
6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.
2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 7.

Тема: Продвижение цифрового авторского контента

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

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. Хостинг не может игнорировать ролики, которые просмотрело много человек. К тому же есть отдельный фильтр в выдаче «по количеству просмотров». Многие его используют. Но тут важно помнить, что накрутка ни к чему хорошему не приведет. Если вы купите просмотры ботами, то упадет удержание, и ролик в топ не выйдет.

Другие факторы:

Количество лайков и дизлайков. А также их соотношение друг к другу и просмотрам. Еще недавно это был довольно сильный фактор, но теперь он накручивается за копейки. 1000 лайков можно купить за пару долларов. Сейчас видеосервисы учитывают только естественные лайки (т. е. лайки от пользователей, которые посмотрели ролик, прокомментировали или как-то иначе показали свою жизнедеятельность). Просто лайк без взаимодействия с видео ничего не дает.

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 лайков, но они не принесли посетителей – накрутка. Если же он получил 100 лайков, они были репостнуты и пришли новые посетители – положительный сигнал.

Встраивание видео на посещаемых сайтах. Если идут просмотры со сторонних сайтов – однозначно положительный сигнал. То же происходит и со внешними ссылками с хороших площадок.

Название файла. Влияние этого фактора я не замечаю. Но от того, что вы назовете ролик каким-то ключевым словом хуже точно не будет.

Подбираем семантику.

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 похоже. Также важны ключевые слова, поведенческие факторы, перелинковка, ссылки.

Вопросы для обсуждения:

1. Продвижение авторского контента
2. Способы продвижения контента

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf \(urait.ru\)](https://e.lanbook.com/book/180496)
3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. – 268.
4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартамова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.
5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.
6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. -

Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 8.

Тема: Модели и формы коммуникативных взаимодействий с аудиторией в цифровых медиа

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Общение, как наиболее ценное явление человеческого бытия, оказалось под влиянием сети Интернет и сетевых сообществ. С одной стороны, в современном мире уже давно наблюдается тенденция максимально кратких, исключительно деловых и крайне сухих контактов, особенно, с людьми неблизкими.

Однако, даже несмотря на краткость и «сухость» контактирования, как может показаться на первый взгляд, в сетевом взаимодействии присутствует не только коммуникативная сторона процесса общения—задействованы все её виды. Отличие лишь в том, что перцептивная и интерактивная стороны более скрыты для анализа, по сравнению с ситуацией межличностного взаимодействия.

С 90-х годов XX века сеть Интернет стала новой, широко используемой формой коммуникации, которая обладала тремя специфическими характеристиками: во-первых, Интернет обеспечил средства для мгновенной глобальной передачи письменных сообщений, которые могут также сопровождаться графическим и аудиовизуальным материалом; во-вторых, предоставил возможность легко общаться с большим количеством людей, находящихся на сколько угодно большом удалении друг от друга; в-третьих, стал средством беспрецедентного доступа к информации. Виртуальная коммуникация, а именно взаимодействие людей по средствам отправки текстовых сообщений при помощи сети Интернет, предоставляет человеку невиданные ранее возможности для реализации самого широкого спектра потребностей – начинают простой переписки коллег или друзей, и заканчивая построением бизнеса, представления своих идей и репрезентации себя.

Понятие «виртуальный» особенно прочно закрепилось за процессом коммуникации, опосредованной компьютером, хотя в современном понимании этого слова виртуальным можно назвать любой иллюзорный объект, который существует лишь актуально и порожден чем-либо, внешним по отношению к нему.

В современных исследованиях, посвященных Интернет-коммуникации происходит пересмотр акцентов от изучения собственно технологической ее составляющей к изучению психологических феноменов информационных технологий, и, далее, к рассмотрению Интернета как среды, в которой разворачивается социальное поведение пользователей.

Решение таких задач становится возможным благодаря интерактивной технологической составляющей Интернета, которая делает возможным трансляцию и воспроизводство моделей поведения, ценностей, норм, позволяет расширять возможности самопрезентации своего личностного «Я».

Современное общество характеризуется в первую очередь новыми коммуникационными формами, причем наиболее характерной особенностью коммуникации становится постоянная необходимость конструирования образа партнера по коммуникации, правил взаимодействия с ним. Интернет вносит все больший вклад не только в расширение знаний людей об окружающем мире, но и в процесс трансляции определенных социальных норм и ценностей, моделей социального поведения и правил взаимодействия, а также включается в процесс социализации.

Вопросы для обсуждения:

1. Модели убеждающей коммуникации.
2. Когнитивные модели изменения эксплицитных и имплицитных аттитюдов.
3. Построение отношений нового типа с аудиторией

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf \(urait.ru\)](http://www.urait.ru/2F477F48B1F6.pdf)
3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.
4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартанова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.
5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.
6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.-Ставрополь: СКФУ, 2025.
2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.-Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Семестр 7

Практическое занятие 1.

Тема: Вариативность и компьютерные технологии в производстве цифрового контента

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Основой информационно-компьютерных технологий, как известно, является компьютер, принципиальная структура которого включает такие устройства: 1) управляющее, определяющее порядок выполнения операций и координирующее работу всех узлов компьютера; 2) арифметическое, выполняющее арифметические и логические операции; 3) запоминающее (память), предназначенное для хранения программ, исходных данных и результатов их обработки; 4) устройство ввода-вывода (терминал), служащее для ввода в машину исходных данных и программ их обработки, а также вывода конечных результатов.

Информационно-компьютерные технологии представляют собой информационные системы, которые включают такие системы: а) организации, хранения и представления информации; б) ввода, обновления и корректировки информации; в) потребления информации. Одним словом, под информационной системой понимают автоматизированную систему, предназначенную для организации, хранения, поддержки и предоставления информации пользователям в соответствии с их запросами. К таким системам относят информационно-поисковые, информационно-справочные, информационно-управляющие.

Говоря простым языком, к цифровым технологиям относят все то, что связано с электронными вычислениями и преобразованием данных: гаджеты, электронные устройства, технологии, программы. По сравнению с аналоговыми, цифровые технологии лучше подходят для хранения и передачи больших массивов данных, обеспечивают высокую скорость вычислений.

Вопросы для обсуждения:

1. Компьютер, «цифровое искусство» и «цифровое общество»
2. Современные инструменты

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf \(urait.ru\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741)
3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.
4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартамова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.
5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.
6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.-Ставрополь: СКФУ, 2025.
2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум

ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 2.

Тема: Сайты и социальные медиа

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Социальные медиа помогают в продвижении сайтов, способствуют повышению узнаваемости брендов и увеличению клиентов. Это достигается не только благодаря размещению рекламных объявлений, но и за счет интерактивного взаимодействия компаний с клиентами. Через соцмедиа можно распространять информацию о продукции, делиться новостями, презентовать новые товары или услуги, повышать доверие аудитории. Это большая платформа для привлечения пользователей через разные методы продвижения.

Социальные медиа – это интернет-ресурсы, благодаря которым компании и бренды взаимодействуют со своей аудиторией, продвигают товары и услуги, доносят свои ценности и миссию. Используя такой массовой способ коммуникации, бренды могут постоянно расширять свою аудиторию и увеличивать продажи.

При коммерческом продвижении контент во всех социальных медиа объединен общей идеей или тематикой, имеет узнаваемый стиль публикаций как в тексте, так и в иллюстрациях.

Развитие таких площадок начиналось постепенно, пропорционально доступности технологий. Это увеличивало число интернет-пользователей и количество платформ, на которых можно было свободно обмениваться информацией.

Вопросы для обсуждения:

1. Типология современных информационных интернет-ресурсов
2. Специфика создания контента для соцмедиа

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf](https://www.urait.ru/files/FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf) (urait.ru)
3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитар. направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.

4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартанова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.

5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.

6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 3.

Тема: Особенности построения интерактивного и виртуального пространства и взаимодействия с ним.

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Контент в сети по степени взаимодействия с аудиторией можно разделить на пассивный и интерактивный.

Пассивный контент – это статичный контент, с которым почти нельзя взаимодействовать. Это все то, что аудитория читает, слушает или смотрит: блоги, подкасты, картинки с котиками или видеолекции. Их можно лайкнуть, репостнуть или прокомментировать. На этом взаимодействие заканчивается.

Интерактивный контент побуждает аудиторию к активному участию и взаимодействию с ним: кликнуть, покрутить, собрать, посчитать, ввести информацию и так далее.

Несколько лет назад качественный пассивный контент позволял выделяться среди конкурентов и легко привлекать новую аудиторию. Теперь этого контента так много, что качества становится недостаточно, чтобы выиграть войну за внимание пользователя.

Сейчас, чтобы контент обратил на себя внимание, его нужно немного «оживить». Пользователь перестает быть пассивным наблюдателем и становится активным участником продукта, создавая собственный опыт взаимодействия с ним. Это помогает вовлечь аудиторию в продукт и удержать на целевой странице значительно дольше.

Элементы интерактивного контента хорошо разбавляют статичные блоки информации. Например, в данном исследовании Яндекса интерактивные инфографики дополняют информацию из статьи.

При этом интерактивный контент может быть самодостаточным. Вот полезная инфографика по контент-маркетингу. Такой опыт активного взаимодействия с информацией помогает аудитории лучше запоминать и усваивать ее.

Вопросы для обсуждения:

1. Основные этапы создания интерактивного контента.
2. Особенности построения интерактивного и виртуального пространства и взаимодействия с ним.
3. Конструктор интерактивных взаимодействий.

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf](http://www.yurait.ru/Products/F477F48B1F6.pdf) (urait.ru)
3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.
4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартамова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.
5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.
6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.-Ставрополь: СКФУ, 2025.
2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.-Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 4.

Тема: Цифровое искусство: компьютерные технологии и проблемы проектно-художественного творчества

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

«Цифровое искусство» — мы взяли этот термин в кавычки, потому что больше речь пойдет о современных компьютерных, дигитальных технологиях в дизайне, о роли цифровых технологий в проектировании и о новых областях дизайна и искусства, где создаются нематериальные, виртуальные продукты, способ и форма существования которых обеспечены компьютерной техникой. Одно из определений цифрового компьютерного искусства дано исследователем методологических проблем эстетики и перспектив дигитальных технологий в изобразительном искусстве С. В. Ерохиным:

«Произведением цифрового компьютерного изобразительного искусства является файл (файлы) данных в цифровом формате на машиночитаемом носителе, который обеспечивает возможность сохранить и предоставить реципиенту в аналоговой форме для целей визуальной перцепции сообщение, представляющее собой созданную автором (авторами) субъективную реальность. Произведение цифрового изобразительного искусства обладает следующими основными свойствами: безобъектностью; программной и аппаратной зависимостью; доступностью для редактирования; устойчивостью к копированию и тиражированию; множественностью оригинала; делилируемостью (от англ. delete — изымать, удалять)». В этом определении обозначены принципиальные характеристики цифрового компьютерного искусства: цифровой формат, аналоговая форма воспроизведения информации, визуальный характер сообщения, представляющий собой субъективную реальность; а также свойства: безобъектность, доступность для редактирования, создание идентичных копий, их множественность, приводящая к массовости воспроизведения, легкость удаления.

Эти же характеристики и свойства применимы и к сфере цифрового компьютерного дизайна, по сути проектному применению цифровых технологий в различных областях современного дизайна — разработке элементов и систем информационного пространства, мультимедиа в средовом и экспозиционном дизайне, разработке промышленных изделий, насыщенных интерактивными возможностями. Однако слово «искусство» здесь также важно. И в смысле своего второго значения — «искусный», то есть умелый, специалист, владеющий «цифровым ремеслом». И в своем привычном смысле — как символ творческой свободы в достижении художнических целей. Эстетическое восприятие, на которое рассчитывает свои произведения художник, а также «цифровой художник», является интегрирующим, организующим сумму наших эмоциональных впечатлений, реакций. Через художественный образ, результат проектной идеи, цифровой художник и реализует свои философские концепции и программы, передает чувства и ощущения, обеспечивает решение информационных, релаксационных, рекламных, исследовательских, коммуникационных задач.

Вопросы для обсуждения:

1. Цифровое искусство
2. Проблемы проектно-художественного творчества

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf](http://www.urait.ru/files/2F477F48B1F6.pdf) (urait.ru)
3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.
4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартанова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.
5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.
6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 5.

Тема: Иммерсивные технологии

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Изначально иммерсивным технологиям отводилась роль вспомогательного элемента для просмотра научной фантастики. В 1935 году американский автор Стэнли Вайнбаум опубликовал рассказ «Очки Пигмалиона», один герой которого изобрёл очки, погружающие человека в некое подобие виртуальной реальности — кино, которое воздействовало на все органы чувств и давало возможность участвовать в действии. Само зарождение иммерсивных технологий произошло в 50-х годах прошлого века. Часто иммерсивными технологиями называют технологии расширенной реальности, которая состоит из виртуальной и дополненной реальности.

Иммерсивность — это один из способов восприятия или один из определяющих факторов, изменяющих сознание. Данное явление часто встречается в кино и театральных постановках.

Иммерсивные технологии — это совокупность методов, обеспечивающих различными способами погружение в виртуальный мир. Пользователь, погружаясь в VR, приобретает новый опыт в совершенно разных областях знаний. Контроль качества контакт-центра - АРГУС WFM CC

Для лучшего понимания иммерсивности следует познакомиться с некоторыми его определяющими понятиями.

Объективной (RR) называют реальность, в которой мы с вами находимся, которая воспринимается нами с помощью органов чувств.

Виртуальной (VR) называют абсолютно смоделированную реальность на основе цифрового модулирования. К ним относят 3D, 360 видео и также звуки, ощущения и запахи. С помощью 360 фото и видео в виртуальной реальности пользователю проецируется картинка, имеющая обзор 360°, в полной мере отражающая реальный мир.

Дополненная реальность (AR) — это технология, позволяющая преобразовывать реальность, в которой мы существуем, с помощью цифровых элементов.

Смешанная реальность (MR) представляет собой комбинацию дополненной и виртуальной реальностей. MR придает виртуальным изображениям реалистичность. При этом цифровые и физические объекты сосуществуют и взаимодействуют в реальном времени.

Расширенная реальность (XR) — термин, объединяющий AR и VR технологии.

Чтобы всецело познакомиться с иммерсивными технологиями, одного смартфона недостаточно, потребуется наличие шлема и очков.

Использование иммерсивных технологий

Чаще всего иммерсионные технологии используются в области образования. В настоящее время это самая востребованная сфера их использования. Например, ранее учащиеся при изучении устройства, могли рассматривать только его двухмерное изображение на листе бумаги. С помощью иммерсионных технологий можно навести камеру смартфона со специально разработанным приложением и, задействовав дополненную реальность (AR), увидеть на экране все внутренние составляющие устройства, вплоть до подвижных элементов.

Преимущества иммерсивного обучения:

наглядное изображение внутренних деталей объекта или процесса;
полное погружение в процесс;
учащийся сосредотачивается на изучаемом предмете, отключается от посторонних раздражителей;
использование виртуального способа изучения гарантирует безопасность, например обучение вождению на авто;
повышение результативности по сравнению с обычным способом обучения.

Иммерсивный способ обучения обеспечивает не только наглядность и увлекательность процесса, но и продуктивность. Этот метод произвел революцию в образовательном процессе, изменив сам мир обучения. Выдающийся потенциал, которым он обладает, поможет достичь невероятных успехов.

Как реализуются иммерсивные технологии

Область применения иммерсионных технологий довольно обширна: розничная торговля, электронная коммерция, индустрия для взрослых. Без него немыслимо развитие искусства, индустрии развлечений, создание видеоигр, интерактивного повествования, вооруженных сил, медицины.

Существует несколько методов погружения в иммерсивную реальность.

360 видео

Давно используется в фотоаппаратах, поддержка со стороны Facebook началась в 2018 году. Камерами производится съемка окружающего пространства, затем изображения сшиваются с помощью специальной программы. Бесшовные способы стоят дороже. Иногда к готовому видео добавляют графику.

Этот метод получил широкое применение в реальной жизни. Сейчас человечество не задумываясь, принимает его как данность, например в таких сферах как:

- строительство (демонстрация застройщиками недвижимости);
- туризм (обозрение виртуальных туров);
- досуг (показ мероприятий).

Дополненная реальность

Широкое использование иммерсивных технологий началось во 2-й половине 20-го века для нужд военной промышленности. Обучение летчиков основывалось на проецировании показателей приборов на лобовое стекло летательного аппарата или на стекла герметичного шлема. Скорость получения информации увеличилась в разы, соответственно увеличилась скорость реакции обучающегося.

Дальнейшее развитие иммерсивных технологий привело к появлению следующих направлений:

- AR для смартфона. Продукция Apple с платформой ARKit развивается несколько лет и насчитывает больше 5 млрд. пользователей.
- Pokemon Go. Известная во всем мире, игра. Её доход в 2020 г. достигнет 1 млрд. долларов и перейдет отметку 4 млрд. с момента появления в 2016 г. pokemon go
- маркетинговые проекты, в которых игрок с помощью дополненной реальности занимается поиском разбросанных (спрятанных) денег. На сумму равных размеру собранных с помощью специального приложения денег, пользователь получает скидку в определенном магазине.
- компания LifePrint выпустила приложение для смартфона, которое при помощи дополненной реальности делает их «живыми».
- проекты, помогающие в навигации. В Американских штатах начало действовать приложение с помощью которого, при наведении смартфона на картинки, те в свою очередь становятся живыми. Работа приложения осуществляется с помощью телефона, меток, проецирования на стекла авто, самолета, очков. Технология далека от совершенства, на улице большое значение имеет освещение. Если оно слишком яркое, изображения выглядят тусклыми.

Вопросы для обсуждения:

1. История, специфика
2. Технологии виртуальной, дополненной и смешанной реальности в работе журналиста

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf \(urait.ru\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741)
3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитар. направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. – 268.
4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартанова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.
5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.
6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 6.

Тема: Проекты и стартапы в области цифрового производства

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Интерес к цифровым технологиям набирает обороты среди предприятий самых разных отраслей. В этом нет ничего удивительного: любой производитель, стремящийся укрепить свое положение на рынке, хочет быть в курсе последних тенденций и обратить их себе на пользу. Насколько готова к преобразованиям российская промышленность? На какие примеры стоит ориентироваться сегодня? Своими наблюдениями делятся ведущие поставщики программного обеспечения, производители роботов и роботизированных комплексов, эксперты в области консалтинга и информационных технологий, специалисты по модернизации систем управления, а также руководители предприятий, работающих над «цифровизацией» своих производств.

Пять этапов реализации стартапа:

- Формирование уникальной идеи, еще не существующей на рынке. Реализация идеи должна закрывать реальные потребности потенциальных клиентов.
- Предпосевной этап.
- Этап запуска.
- Этап роста.
- Этап масштабирования.

Вопросы для обсуждения:

3. Тенденции
4. Анализ стартапов

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: <http://www.yurait.ru/Products.aspx?CatalogID=1&ProductID=224777F48B1F6> (urait.ru)
3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитар. направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.
4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартанова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.
5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.
6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.
2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 7.

Тема: Новые типы виртуальных площадок

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

Продажа цифровых продуктов становится все более популярной и прибыльной как для частных авторов, так и для компаний. По данным маркетинговых агентств, темпы роста этой сферы будут держаться на уровне 10-15% ежегодно. Онлайн-платформы помогают создателям цифрового контента (например электронных книг, музыки, программного обеспечения или фотографии) превратить его в успешный бизнес.

Стриминговые платформы для видео — это онлайн-сервисы, которые позволяют создавать и смотреть трансляции в реальном времени. Они стали ключевым инструментом для стримеров, геймеров, преподавателей, музыкантов и всех, кто хочет взаимодействовать с аудиторией онлайн.

В то же время маркетинг контента оптимизирует процесс взаимодействия с аудиторией, повышая ее лояльность посредством концентрированного поиска и систематизации информации.

Вопросы для обсуждения:

1. Стриминговые платформы
2. Маркетинг контента (музыки, фильмов и т.д.)

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>

2. 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>.

3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: <http://www.urait.ru/2F477F48B1F6.pdf>

3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.

4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартанова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.

5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.

6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 8.

Тема: Цифровизация креативного бизнеса

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

В настоящее время креативные индустрии являются одним из наиболее динамично развивающихся

секторов мировой экономики и международной торговли. Креативные индустрии — это индустрии с преобладанием творческого труда и высокой добавленной стоимости. Джон Хокинс определяет креативную экономику, как «транзакцию творческих продуктов»¹. По его мнению, ни творчество, ни экономика не являются чем-то новым, новое состоит в сущности и изменении отношений между ними, а также в том, какие их сочетания создают исключительную экономическую ценность и благосостояние. В фокусе внимания теоретиков креативной экономики остается вопрос о совместимости творчества, культурного наследия и экономики, не разрушают ли они друг друга, ведь креативная экономика отличается от традиционной экономики центральной ролью творческой личности. Компании в обычной экономике работают с ограниченными материальными ресурсами, на которые они налагают постоянные права собственности и конкурируют, прежде всего, по цене. В креативной экономике люди и фирмы используют неограниченные ресурсы и получают на них интеллектуальные права, которые могут быть краткосрочными, и не конкурируют по цене. Как подчеркивает Джон Хокинс, в креативные экономики мы перемещаемся из мира понижения нормы прибыли, основанном на дефиците природных ресурсов и материальных благ, в мир увеличения нормы прибыли, основанный на бесконечности возможных идей и человеческом гении для использования этих идей в производстве новых продуктов и транзакций.

Развитие креативных индустрий стало устойчивым приоритетом развитых и развивающихся стран в 21-ом веке. Креативные индустрии, доступность и участие в культурной жизни были впервые заявлены в качестве факторов устойчивого развития в международной повестке ООН в 2015 г. Содействие развитию креативных индустрий, сохранение культурного наследия, обеспеченность культурной инфраструктурой представляют собой не только от - дельную задачу, но и способ достижения целого ряда целей в области устойчивого развития (ЦУР), включая качество человеческого капитала³. Так, в докладе ООН отмечается, что культура и креативные индустрии самым непосредственным образом способствуют созданию условий для развития человеческого капитала, экономическому росту и обеспечению каждого человека достойной работой, а так же вносят вклад в сокращение неравенства, защиту окружающей среды, развитие гендерного равенства, построение миролюбивых и открытых обществ. Роль креативных индустрий и культурного наследия отчетливо проявляется в ключевых трендах, обеспечивающих формирование качественных характеристик человеческого капитала, а имен - но, в растущей ориентации на ценности wellbeing, т.е. на ценности благополучия состояния благополучия современного человека «здесь и сейчас», как в профессиональной, так и досуговой дея - тельности, а также в динамичном развитии сектора edutainment, т.е. обучении через развлечение, включающее креативные игровые практики, мультимедийные технологии. Современные подходы к развитию человеческого капитала акцентируют вклад креативного сектора в: – развитие креативных компетенций, стимулирование инноваций и повышение качества жизни; – формирование идентичности подрастающего поколения; – развитие творческой экономики; – развитие социальной сплоченности, чувства общности, толерантности; – гармонизацию человеческих отношений, формирование справедливого общества и равных возможностей.

Во многих странах креативные индустрии системно поддерживаются государством на долгосрочной программной основе, особое внимание в программах всех стран уделяется выводу творческих индустрий на глобальные рынки. Как показывает международная практика, креативные индустрии оказываются менее привлекательными для инвесторов по срав - нению, например, с торговлей или строительством, поэтому нуждаются в специальных мерах государственной поддержки и стимулирования экспорта. В России, пока не сложилась системная поддержка креативных индустрий, вместе с тем, нарастает масштабная глобальная конкуренция за творческие и предпринимательские кадры. В сложившейся ситуации высокую актуальность приобретает согласование и утверждение Правительством РФ «Концепции раз - вития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года», подготовленной Министерством культуры Российской Федерации, и разработка Плана ее реализации. Адресные меры поддержки креативного сектора на системной основе позволят приостановить отток капитала и творческой молодежи, усилить присутствие и продвижение российских креативных товаров и услуг на мировые рынки.

Ядро потенциала креативной индустрии составляют технологии проектирования будущего, создания творческих продуктов, управления развитием, формирования инновационных потребностей и опережающего избыточного предложения в секторе креативных индустрий. Творческие предприниматели находятся в непосредственной взаимосвязи с современными условиями, созданными в креативной экономике: с одной стороны, что связано с влиянием креативных индустрий на творческое развитие как конкретной личности и социума, так и культурной среды, с другой стороны, развитие и экспортный потенциал креативных индустрий во многом зависят от объемов государственной поддержки. Необходимо учитывать, что отдельные виды креативных товаров и услуг отличаются высокой степенью уникальности, имеют инновационный, социально значимый характер, поэтому ограничены в коммерческих возможностях — издержки производства объективно превышают цены на производимые товары и услуги.

Для развития таких видов креативных товаров и услуг требуется государственное субсидирование и стимулирование культурного потребления. Актуальность поддержки креативных индустрий обусловлена усилением внимания государства и общества к развитию человеческого капитала и повышению международной конкурентоспособности России в экономике знаний. Как уже отмечалось выше, в силу неопределенности сектора креативных индустрий оценить его размер оказывается достаточно трудно.

Вопросы для обсуждения:

1. Оценка эффективности онлайн-каналов для развития цифровых медиа в аспекте креативных индустрий.
2. Использование цифровых платформ населением.
3. Увлечения россиян как ресурс роста креативных индустрий.
4. Цифровизация креативных увлечений населения

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf\(urait.ru\)](https://e.lanbook.com/book/180496)
3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.
4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартамова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.
5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.
6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.
2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие 9.

Тема: Статистика и аналитика в работе с цифровым контентом.

Цель занятия: научиться создавать цифровой контент для цифровых медиа

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками реализации цифрового контента для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Теоретическая часть:

"Ваш контент может быть сколь угодно интересным, но если его не продвигать, то надеяться на то, что статью или ролик посмотрят миллионы, не приходится. В основе любой маркетинговой активности, в том числе и продвижении вашего контента, лежит аналитика. Без четкого понимания того, как те или иные действия влияют на ключевые показатели (KPI), любая работа с контентом напоминает морское путешествие без компаса". Денис Ффринг.

Цифровая (digital) аналитика – комплекс мер для сбора и анализа данных, на основе которого принимаются стратегические и тактические решения в бизнесе. Цифровая аналитика и статистика играют ключевую роль в современном мире бизнеса и информационных технологий. Они предоставляют возможность собирать, анализировать и интерпретировать данные, что позволяет принимать обоснованные решения и оптимизировать бизнес-процессы. В этой статье мы рассмотрим основы цифровой аналитики и статистики, чтобы помочь вам понять их важность и как они могут быть применены в различных областях.

Что такое цифровая аналитика и статистика?

Цифровая аналитика – это процесс сбора, анализа и интерпретации данных, полученных из цифровых источников, таких как веб-сайты, мобильные приложения, социальные сети и другие. Целью цифровой аналитики является выявление трендов, понимание поведения пользователей и оценка эффективности действий.

Статистика, с другой стороны, – это наука о сборе, анализе, интерпретации и представлении данных. Она используется для изучения различных явлений и является важным инструментом в принятии решений и прогнозировании результатов.

Основы цифровой аналитики

1. **Сбор данных.** Данные могут включать в себя информацию о посещениях веб-сайта, действиях пользователей, конверсиях и многом другом.
2. **Анализ данных.** После сбора данных происходит их анализ. В этом этапе исследователи и аналитики исследуют данные, выявляют паттерны, тренды и важные метрики. Это позволяет понять, как пользователи взаимодействуют с продуктом или услугой.
3. **Визуализация данных.** Для более наглядного представления результатов анализа используются инструменты визуализации данных, такие как графики, диаграммы и инфографика.
4. **Принятие решений.** На основе анализа данных принимаются решения, направленные на оптимизацию бизнес-процессов или улучшение продуктов и услуг.

Вопросы для обсуждения:

1. Потребление пользователями контента, произведенного и переданного в цифровом формате
2. Аналитика данных в условиях цифровизации

Литература

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.;

21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf \(urait.ru\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741)

3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.

4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартанова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.

5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.

6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

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

МЕТОДИЧЕСКИЕ
РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПО ОРГАНИЗАЦИИ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«Производство контента для цифровых медиа»

Направление подготовки
Направленность (профиль)

42.03.02 – Журналистика
Мультимедийная
журналистика и цифровые
технологии

Ставрополь, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Общая характеристика самостоятельной работы.....	3

1. Введение

Методические рекомендации к самостоятельной работе студентов по дисциплине «Производство контента для цифровых медиа» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению подготовки 42.03.02 – Журналистика, Направленность (профиль) – Мультимедийная журналистика и цифровые технологии.

Цель **методических рекомендаций к СРС** дисциплины «Производство контента для цифровых медиа» – способствовать формированию знаний, умений и навыков, связанных со спецификой создания/производства медиатекстов (текстов СМИ) по направлению подготовки 42.04.02- Журналистика.

Задачи:

- познакомить с функциональными аспектами и функциональными особенностями контента для цифровых медиа
- сформировать представление о технологии создания контента для цифровых медиа.
- привить навыки подготовки авторских журналистских текстов разных жанров для цифровых медиа.

Код компетенции, индикаторов	Формулировка:
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.
ИД-1 _{ПК-1}	Осуществляет анализ отечественного и мирового опыта журналистской авторской деятельности
ИД-2 _{ПК-1}	Создает журналистский текст (или) продукт с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа.
ПК-3	Способен участвовать в производственном процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта с применением современных цифровых технологий, специализированного программного обеспечения, методов искусственного интеллекта
ИД-1 _{ПК-3}	Учувствует в производственном процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта с применением современных цифровых технологий, специализированного программного обеспечения, методов искусственного интеллекта
ИД-2 _{ПК-3}	Создает журналистский текст и (или) продукт с применением современных цифровых технологий, специализированного программного обеспечения, методов искусственного интеллекта

2. Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Производство контента для цифровых медиа»

Самостоятельная работа студента в рамках дисциплины «Производство контента для цифровых медиа» 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:

Цель самостоятельной работы студентов в процессе изучения дисциплины «Производство контента для цифровых медиа» – научить студента осмысленно и самостоятельно работать с учебным материалом, научной информацией по дисциплине, актуальными исследованиями в создания медиатекстов для СМИ.

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.

Таким образом, самостоятельная работа приобщает научному и исследовательскому творчеству, поиску и анализу актуальных проблем современной управленческой медиапрактики с учетом экономической специфики функционирования СМИ.

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.

3. План-график выполнения самостоятельной работы

Коды реализуемых компетенций (индикаторов)	Вид деятельности студентов	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе		
			СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
5 семестр					
ПК-1, ИД-1 _{ПК-1} , ИД-2 _{ПК-1} ПК-3 ИД-1 _{ПК-3} ИД-2 _{ПК-3}	Подготовка к практическим занятиям	Собеседование	9,0	1,0	10
ПК-1, ИД-1 _{ПК-1} , ИД-2 _{ПК-1} ПК-3 ИД-1 _{ПК-3} ИД-2 _{ПК-3}	Подготовка к индивидуальному заданию	Устный опрос	5,4	0,6	6
ПК-1, ИД-1 _{ПК-1} , ИД-2 _{ПК-1} ПК-3 ИД-1 _{ПК-3} ИД-2 _{ПК-3}	Подготовка к круглому столу	Собеседование	18,0	2,0	20
Итого за 5 семестр			32,4	3,6	36
6 семестр					
ПК-1,	Подготовка к круглому столу	Собеседование	10	4	14

ИД-1 _{ПК-1} , ИД-2 _{ПК-1} ПК-3 ИД-1 _{ПК-3} ИД-2 _{ПК-3}		е			
ПК-1, ИД-1 _{ПК-1} , ИД-2 _{ПК-1} ПК-3 ИД-1 _{ПК-3} ИД-2 _{ПК-3}	Подготовка к практическим занятиям	Устный опрос	10	20	30
Итого за 6 семестр			20	24	44
7 семестр					
ПК-1, ИД-1 _{ПК-1} , ИД-2 _{ПК-1} ПК-3 ИД-1 _{ПК-3} ИД-2 _{ПК-3}	Подготовка к практическим занятиям	Собеседование	12	18	30
ПК-1, ИД-1 _{ПК-1} , ИД-2 _{ПК-1} ПК-3 ИД-1 _{ПК-3} ИД-2 _{ПК-3}	Подготовка к индивидуальному заданию	Устный опрос	6	6	12
ПК-1, ИД-1 _{ПК-1} , ИД-2 _{ПК-1} ПК-3 ИД-1 _{ПК-3} ИД-2 _{ПК-3}	Самостоятельное изучение литературы	Собеседование	6	6	12
Итого за 7 семестр			24	30	54
Итого			76,4	57,6	134

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. Контрольные точки и виды отчетности по ним

Контроль самостоятельной работы проводится преподавателем в аудитории.

Контрольные точки не предусмотрены.

Предусмотрены следующие виды контроля: устный опрос на практическом занятии, оценка презентации, оценка участия в круглом столе (коллоквиуме), оценка участия в дискуссии, оценка доклада.

Подробные критерии оценивания компетенций приведены в Фонде оценочных средств для

проведения текущей и промежуточной аттестации.

5. Методические рекомендации 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, круглым столам и дискуссиям 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 работам. Однако необходимо уметь самостоятельно находить ресурсы, посвященные управленческим основам работы в СМИ. 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.

6. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)

СРС 1: Технология работы над новостными текстами

Цель занятия: научиться создавать тексты для различных СМИ

Знания и умения, приобретаемые обучающимся в результате освоения темы (семинара), в рамках формируемых компетенций или их части: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками написания текстов для различных СМИ, учитывая информационную политику изданий.

Форма занятия: круглый стол

Вопросы для обсуждения:

1. Мониторинг новостей
2. Сбор информации
3. Создание материала для цифрового медиа
4. Публикация

Требования к оформлению и представлению результатов СРС:

Задание должно быть представлено в рукописной или электронной форме в виде плана материала.

СРС 2: Выбор темы и ее разработка

Цель занятия: научиться создавать тексты для различных медиа

Знания и умения, приобретаемые обучающимся в результате освоения темы (семинара), в рамках формируемых компетенций или их части: ПК-1, ПК-3

Актуальность: в современных условиях журналисты должны владеть навыками создания материалов для различных медиа, учитывая информационную политику изданий.

Вопросы для обсуждения:

1. Специфика познавательной деятельности журналиста.
2. Факторы социальной действительности оказывающие влияние на выбор темы.

Требования к оформлению и представлению результатов СРС:

Задание должно быть представлено в рукописной или электронной форме в виде разработки материала.

8. Список рекомендуемой литературы

Основная

1. Теория и практика креативной деятельности / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. - 372 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2644-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091>
2. 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>.
3. Зеленцова Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2011. - 251 с. : ил., табл.; 21 см + 1 CD ROM.; ISBN 978-5-7638-2168-0 (в пер.)

Дополнительная:

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. Лаврентьева А.Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Профессиональное образование) — URL: [FF9F63E9-A14E-44CB-B6C2-2F477F48B1F6.pdf \(urait.ru\)](https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741)
3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и спец.] / Е. А. Баранова ; Рос. гос. социальн. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. — 268.
4. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для вузов / [Алексеева А. О., Вартамова Е. Л., Круглова Л. А. и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 346, [2] с.
5. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика / Л.А. Коханова ; А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.
6. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-

00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Методическая

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.03.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практикум ведения видеоблога» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Токарева И.А.- Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы

1. www.journalist-virt.ru – сайт журнала «Журналист» (журнал о СМИ и журналистике).
2. www.library.cjes.ru – библиотека Центра экстремальной журналистики.
3. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
4. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

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

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ И ЗАЩИТЕ**
КУРСОВОЙ РАБОТЫ по дисциплине «Производство контента для цифровых медиа»
для студентов направления подготовки 42.03.02 Журналистика направленность (профиль)
«Мультимедийная журналистика и цифровые технологии»

Ставрополь, 2026

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Курсовая работа представляет собой выполненную в письменном виде самостоятельную учебную работу, раскрывающую теоретические и практические проблемы избранной темы. Курсовая работа является важнейшей формой самостоятельной работы студентов. Это одно из первых исследований, в котором студенты в полной мере проявляют и развивают свои творческие способности, аналитические умения, изучая определенную тему за рамками учебного материала.

Выполнение курсовой работы предполагает углубление и систематизацию полученных знаний как по общепрофессиональным, так и по специальным дисциплинам. Курсовая работа содержит все основные элементы и свойства эвристического поиска – от постановки проблемы и обоснования её актуальности до получения научно подтвержденного обобщения и литературного оформления информации. В ходе выполнения работы студент овладевает основными методами и техникой научного исследования, вырабатывает потребность постоянного поиска новой информации, что является необходимым условием профессионального роста.

Настоящие методические указания содержат общие положения по организации и выполнению данного вида исследования, требования к структурным, содержательным, инструментальным аспектам курсовых работ, рекомендации по их оформлению и защите.

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ О ВЫПОЛНЕНИИ КУРСОВЫХ РАБОТ

Цели и задачи курсового проектирования

Значительное развитие навыков самостоятельной учебной, исследовательской и научной работы студентов происходит в процессе выполнения курсовых работ. Выполнение курсовой работы имеет целью обогащение знаний студентов, обучение методам теоретического анализа явлений и закономерностей науки, выработку навыков применения теоретических знаний к комплексному решению профессиональных задач, использования справочной литературы, методы математической обработки экспериментальных данных, компьютерных технологий. Системой курсовых работ студент подготавливается к выполнению выпускной квалификационной работы.

В процессе выполнения курсовой работы студентом должны решаться следующие задачи:

1. Приобретение новых теоретических знаний в соответствии с темой работы и заданием руководителя.
2. Развитие умений систематизировать, обобщать и логично излагать концепции, альтернативные точки зрения исследуемых проблем.
3. Развитие учебно-исследовательских умений, необходимых для построения системы научного анализа изучаемого аспекта.
4. Совершенствование профессиональной подготовки.

Тематика курсовых работ

Одним из важнейших компонентов в системе постановки курсовой работы является правильное определение тематики.

Тематика курсовых работ должна быть актуальной, отвечать учебным задачам данного предмета, а также потребностям науки и практики. Актуальность тематики курсовых работ – это, прежде всего, научность, современность и направленность к получению студентами навыков самостоятельной творческой работы.

Темы курсовых работ определяются и утверждаются кафедрой журналистики, ведущей дисциплины, по которым учебным планом предусмотрены курсовые работы, и учебной частью института.

Руководителем курсовой работы является, как правило, преподаватель, ведущий данную дисциплину, или иной преподаватель кафедры, обладающий методическим опытом и научной квалификацией.

ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К КУРСОВЫМ РАБОТАМ

1. Выбор темы, регистрация и сдача курсовой работы на кафедру

Тематика курсовых работ ежегодно разрабатывается профессорско-преподавательским составом кафедры журналистики отдельно для каждого курса с указанием предполагаемых научных руководителей по каждой теме. Студентам предоставляется право свободного выбора темы из предложенного списка курсовых работ. Изменение темы курсовой работы допускается по согласованию с научным руководителем и заведующим кафедрой. Студенты могут также предложить свою тему с обоснованием целесообразности её исследования.

Не допускается выбор одной и той же темы двумя студентами.

После выбора темы студент должен написать заявление на имя заведующего кафедрой об утверждении темы и назначении научного руководителя (См. приложение 1).

Темы курсовых работ и научные руководители утверждаются на заседании кафедры в течение первых двух недель семестра. Решение оформляется распоряжением учебной части Гуманитарного института по предложению кафедры.

Сроки сдачи на кафедру окончательного варианта курсовой работы – за три недели до сессии.

Защита курсовых работ, предусмотренных учебным планом, проводится не позднее чем за две недели до сессии.

Студент, не защитивший в установленные сроки курсовую работу, считается имеющим академическую задолженность.

Курсовые работы, представляющие теоретический и практический интерес, могут представляться на конкурс в студенческие и научные общества, конференции, отмечаться приказом по университету. Выполненные работы после их защиты должны храниться на кафедре в течение 2 лет.

2. Выполнение курсовой работы студентом

Тему курсовой работы студентам дневного отделения рекомендуется выбирать исходя из того, в какой области практической деятельности в дальнейшем они планируют работать.

Подбор литературы по теме курсовой работы осуществляется студентом самостоятельно.

Научный руководитель:

- помогает определить основные направления работы;
- выдаёт студенту задание и контролирует его выполнение;
- оказывает помощь студенту в составлении плана работы, уточняя его по мере необходимости;
- оказывает помощь в разработке методологического и методического аппарата исследования;
- оказывает редакторскую помощь в оформлении текста работы;
- указывает наиболее важные научные источники, которые следует использовать при ее написании.

Содержание курсовой работы должно соответствовать ее теме и плану. За достоверность информации и обоснованность принятых в курсовой работе решений, содержание, оформление, за своевременную сдачу работы на кафедру ответственность несет студент. Опечатки, описки и графические неточности, обнаруженные при оформлении работы, должны быть исправлены.

3. Структура и объем курсовой работы:

- *Титульный лист.* Оформляется по образцу.
- *Содержание.* Включает порядок расположения отдельных частей курсовой работы с указанием страниц, на которых соответствующий раздел начинается.

- *Введение.* В нем автор обосновывает актуальность, объект, предмет, источниковую базу, хронологические рамки, методы, практическую значимость, а также указывает цель и задачи проводимого исследования.

- *Основная часть.* Структура основной части может меняться в зависимости от специфики и направления выполняемой работы. Структура основной части устанавливается научным руководителем и кафедрой самостоятельно.

- *Заключение (или выводы).* В заключении подводится итог проведенному исследованию, формулируются предложения и выводы автора, вытекающие из всей работы.

- *Список литературы.* В список литературы включаются только те работы, на которые сделаны ссылки в тексте курсовой работы. Список оформляется в соответствии с ГОСТ Р 7.05-2008.

- *Приложения.* Приводятся используемые в работе копии анализируемых журналистских материалов, документы, таблицы, графики, схемы и др. (аналитические табличные и графические материалы могут быть приведены также в основной части).

Общий объем курсовой работы **без приложений** должен составлять примерно 30 страниц.

4. Защита курсовой работы

Защита курсовой работы является обязательной формой проверки выполнения работы. Защита проводится на заседании кафедры, научно-методического семинара кафедры, научной проблемной группы, в специальной комиссии из 2-3 человек, выделенной кафедрой, при непосредственном участии руководителя, в присутствии студентов. Результаты наиболее интересных курсовых работ могут быть доложены на научных конференциях.

Защита состоит в коротком докладе студента по выполненной работе и в ответах на вопросы. Вопросы задаются присутствующими на защите преподавателями и студентами. Результаты защиты курсовой работы (проекта) оцениваются дифференцированной отметкой по пятибалльной системе.

5. Оценка курсовой работы

При оценке курсовой работы учитываются такие признаки, как:

- обоснование выбора темы и проблемы исследования, её актуальности;
- самостоятельность и глубина исследовательского поиска;
- многообразие привлеченных источников, адекватность использованной литературы изучаемой проблеме;
- критическое использование научной литературы в зависимости от её методологической принадлежности и соответствия критерию современности;
- раскрытие различных точек зрения, их сопоставление, высказывание собственного отношения к ним;
- адекватность подобранных методов исследования сформулированной проблеме и целям исследования;
- умелое применение оригинальных методов исследования;
- умение анализировать, интерпретировать журналистские материалы и средства массовой информации;
- наличие после каждой логической части исследования четких, отражающих суть изучаемого явления выводов;
- степень практической значимости полученных результатов;
- наличие в работе конкретных рекомендаций, оценка возможности их реализации в практике деятельности журналистов;
- правильность оформления каждой части работы и сопроводительного материала (список использованной литературы, схемы, таблицы и т.д.);
- адекватность языковых средств для детализации различных компонентов предмета исследования;

- уровень профессиональных знаний, умений и навыков, продемонстрированных во время публичной защиты курсовой работы.

По результатам защиты курсовая работа оценивается на: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка **«отлично»** ставится в том случае, если:

- тема раскрыта глубоко, всесторонне, в соответствии с поставленными задачами;
- методологически верно обоснована её проблематика;
- в работе содержится обстоятельная обобщенная характеристика достижений науки в рассматриваемой области, вскрыты существующие проблемы и противоречия, показаны возможные пути их разрешения;
- представлен грамотный и обоснованный анализ журналистских материалов и средств массовой информации;
- в выводах и рекомендациях полно и правильно определены теоретические позиции и результаты личного исследования;
- соблюдены требования логики и ясности изложения;
- с помощью приложений конкретизируется содержание, раскрывается личный опыт деятельности автора;
- внешнее оформление соответствует нормативным требованиям;
- во время защиты студент в выступлении в рамках отведенного для этого времени емко и четко формулирует основные положения своей работы, излагает сущность проведенного исследования, а также демонстрирует глубокие знания и понимание представленной в исследовании научной проблемы в ходе дискуссии.

Оценка **«хорошо»** ставится, если при осуществлении вышеназванных требований имеются отдельные погрешности.

Оценка **«удовлетворительно»** ставится, если курсовая работа раскрывает тему, но в освещении отдельных вопросов и выполнении требований автором допущены ошибки и неточности (нарушение логики, неполнота анализа и выводов, неточность в обзоре источников, нарушение требований оформления, отсутствие приложений и др.).

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится при отсутствии в работе одного из основных разделов (введения, одной из глав, выводов и др.); при нарушении логики в изложении материала, несоразмерности частей; если имеются существенные неточности и несогласования в разработке проблемы; если работа выполнена не самостоятельно, а просто механически, бездумно (компилятивно) переписана из источников; если студент на защите не владеет материалом, не в состоянии ответить на большинство заданных по существу работы вопросов.

6. Требования к структурным элементам курсовой работы

6.1. Содержание

В содержание должны быть введены все разделы курсовой работы, начиная с введения, с указанием страницы, с которой они начинаются. Главы и параграфы (подпункты) должны иметь и нумерацию, и название.

6.2. Введение

Во введении обосновывается *актуальность* темы (социальная, научная, практическая значимость исследуемого вопроса); определяются *цель, объект, предмет* исследования (при необходимости формулируется *гипотеза*) и комплекс *задач*, подлежащих решению для раскрытия темы или проверки гипотезы; указываются *источниковая база, хронологические рамки исследования*, характеризуется *теоретико-методологическая база исследования*, включая *методы*, формулируется *практическая значимость исследования*, кратко характеризуется *структура работы*. Во введении по возможности обосновываются предполагаемая *научная новизна* работы, а также указывается, где были *апробированы* материалы курсовой работы. Объем введения – 3-5 страниц.

Гипотеза исследования – это предположение, при котором на основе ряда фактов делается вывод о существовании объекта, связи или причины явления, причем этот вывод нельзя считать вполне доказанным. В процессе разработки гипотеза разворачивается в систему или иерархию определенных высказываний, в которых каждый последующий элемент вытекает из предыдущего. Наиболее грамотными, а потому предпочтительными гипотезами являются объяснительные по своей сути гипотезы. В них не просто описываются свойства и связи явления, а делаются предположения о причинно-следственных зависимостях в изучаемых процессах и явлениях. Именно такие гипотезы в состоянии показать перспективу и процедуры их экспериментальной проверки.

Цель исследования – ориентирует на анализ и решение проблемы в двух основных направлениях: теоретическом и прикладном. В курсовой работе обычно формулируется одна основная цель, отражённая и в заголовке. Связь заголовка с целью – одна из ключевых при формулировке цели.

Научные работы нацелены на приобретение некоего нового знания о предмете. Поэтому целями не могут быть исследовательские операции. Формулировки, начинающиеся со слов «проанализировать», «исследовать», могут считаться ошибочными, если не подкрепляются дополняющим – «с целью». Формулировку цели правильно начинать со слов: «определить», «охарактеризовать», «выявить», «найти», «сформировать/создать» или близких по значению синонимов.

Цель не должна подменяться *гипотезой*. Поэтому неверно начинать формулировку цели со слов «доказать». При такой цели вас можно упрекнуть в фальсификации результатов, которые подогнаны под необходимую гипотезу.

Объект исследования – это указание на то, на что направлен процесс познания. Определяя объект исследования, следует дать ответ на вопрос: что рассматривается? Связь объекта и предмета легко запоминаются по формуле: «исследуем такой-то объект на предмет чего-то». Всегда в объекте содержится предмет, а не наоборот.

Предмет исследования – это указание на наиболее значимые с теоретической или практической точки зрения свойства, стороны, проявления, особенности объекта, которые подлежат непосредственному изучению в рамках намечающегося исследования. Это угол зрения на объект, аспект его рассмотрения, дающий представление о том, что конкретно будет изучаться в объекте, как он будет рассматриваться, какие новые отношения, свойства, функции будут выявляться. *Предмет исследования* совпадает с названием работы и содержится в цели сразу после сказуемого («выявить... что?», «определить... что?», «сформировать... что?»).

Задачи исследования – это алгоритм достижения цели исследования. Это ступеньки, на каждой из которых производится та или иная исследовательская операция, решается конкретная исследовательская проблема.

Задачи исследования коррелируют с параграфами вашего исследования.

Источниковая база исследования – конкретизация вашего объекта, указание выбранных для анализа средств массовой информации или журналистских текстов и объяснение выбора.

Хронологические рамки – это обоснование временного периода, за который исследуются журналистские материалы или средства массовой информации.

Теоретико-методологическая база. Здесь перечисляются виды теоретического знания, методы, используемые в вашей работе, а также собственно методология. Показывается обоснованность применения именно этих методов.

Практическая значимость исследования предполагает возможность использования результатов работы в практической, учебно-педагогической, научной деятельности журналистов.

Структура работы. Здесь перечисляются основные части работы, начиная с введения, заканчивая списком литературы. Обычно эта формулировка приобретает следующий вид, например: «Работа состоит из введения, 2-х глав (указывается количество глав), заключения, списка литературы (столько-то наименований, указывается цифрой количество) и (если есть, указывается цифрой количество) приложений».

6.3. Основная часть

Основная часть курсовой работы состоит из 2-3-х *соразмерных* глав, которые в свою очередь разбиты на *соразмерные* параграфы (подпункты). Структура основной части должна продемонстрировать последовательность, логичность, стройность развития исследования. Каждая глава и параграфы должны заканчиваться выводами.

6.4. Заключение

В заключении излагаются теоретические и практические выводы, к которым пришел студент в результате исследования. Выводы должны быть краткими и четкими, дающими полное представление о результатах исследования.

Объем заключения - 2-4 страницы.

6.5. Список литературы

Включает не менее 30 различных научных текстов, использованных при написании работы, в том числе не менее 3-х иноязычных. Отдельно выделяется раздел «Источники», если кроме научной литературы используются документы, архивные материалы, тексты передач и др.

В список литературы могут быть также включены online-материалы с указанием их электронного адреса.

6.6. Приложения

В приложение следует помещать вспомогательный материал, который при включении в основную часть работы загромождает текст.

К вспомогательному материалу относятся журналистские материалы, тексты анкет и интервью, промежуточные расчёты, таблицы вспомогательных цифровых данных, инструкции, методики, распечатки, иллюстрации вспомогательного характера, заполненные формы отчётности и других документов, схемы, диаграммы.

Если приложений больше 10, их целесообразно объединить по видам.

ОФОРМЛЕНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

1. Общие правила оформления

1.	Объем работы	~ 30 с. формата А 4
2.	Текст работы	Набирают в формате <i>doc (docx)</i> , в текстовом редакторе <i>Microsoft Word</i>
3.	Гарнитура шрифта	<i>Times New Roman</i>
4.	Кегль шрифта	14 pt (по всему основному тексту); 10 pt (в подстрочных сносках, подрисовочных подписях и источниках к инфографическим материалам)
5.	Межстрочный интервал	1,5 интервала (в основном тексте); 1 интервал (в подстрочных сносках, подрисовочных подписях и источниках к инфографическим материалам, в таблицах); 1 пробел в 1,5 интервала между заголовками параграфов и текстом. 2 пробела по 1,5 интервала между текстом и следующим параграфом
6.	Формат листа	А 4 (210 x 297 мм)
7.	На странице	~ Около 2000 знаков (30 строк, 60–70 знаков в строке)

8.	Ориентация страницы	Книжная
9.	Выравнивание текста	По ширине; запрет висячих строк
10.	Абзацный отступ	Стандартный – 1,25 см
11.	Переносы	Без переносов
12.	Поля страницы	Верхнее – 2 см; нижнее – 2 см; левое – 3 см; правое – 1 см
13.	Нумерация страниц	Сквозная, автоматическая, проставление страниц начинают со с. 2. Титульный лист не нумеруют, но учитывают. Нумерация распространяется на список литературы и приложения. Номер страницы указывают в правом нижнем углу листа.
14.	Титульный лист	Оформляют по установленному образцу
15.	Содержание	Оформляют по установленному образцу
16.	Структурные части работы	Введение (3-5 с.), 2-3 главы (по 10-15 с., делятся на параграфы), заключение (2-4 с.), список литературы, приложения. Каждый структурный элемент (Введение, Глава, Заключение, Список литературы, Приложения) работы начинают с новой страницы. Наименования структурных элементов следует располагать по центру строки без точки в конце, без подчеркивания.
17.	Главы и параграфы	Нумеруют арабскими цифрами (1.). Номер параграфа включает номер главы и порядковый номер параграфа, разделенные точкой (1.1). Названия глав, параграфов следует печатать с абзацного отступа, с прописной буквы, без точки в конце, не подчеркивая. Расстояние между заголовком и текстом параграфа должно иметь дополнительный пробел.
18.	Заголовки	Печатаются жирным шрифтом. Заголовки глав и параграфов располагаются по ширине. Заголовки глав и параграфов не отделяются интервалом. Заголовки глав печатают прописными буквами (14 pt), заголовки параграфов – строчными, кроме первой буквы заголовка (14 pt). Заголовки всех уровней не берут в кавычки, точки в конце заголовков не ставят. Слово «глава» пишется. Слово «параграф» не пишется.
19.	Список литературы	Нумеруют (автоматическая нумерация) и составляют в алфавитном порядке фамилий авторов и заглавий (для описания под заглавием) по правилам краткого библиографического описания. В списке следуют сначала источники на русском языке, затем – на иностранных языках.
20.	Ссылки на источники информации	Ссылки должны быть только подстрочными или внутри-текстовыми. Ссылки на электронные ресурсы должны быть активными.

21.	Приложения	Обозначают арабскими цифрами после заголовка «Приложение», который набирают курсивом с прописной Буквы. После арабской цифры ставится точка, за ней с прописной буквы следует тематический заголовок приложения (кроме материалов инфографики). Приложения располагают в порядке ссылок на них в основном тексте Фотографии, рисунки, схемы, диаграммы, графики, чертежи должны быть пронумерованы, иметь тематический заголовок/подписи, сведения об источнике, если они заимствованы, и входить в состав приложений. Слова «Фотография», «Рисунок», «Схема», «Диаграмма», «График», «Чертеж» и тематический заголовок помещают непосредственно под инфографическим материалом и располагают по центру. Точка в конце заголовка не ставится. Сведения об источнике указываются на следующей строке и форматируются также по центру
22.	Таблицы	Оформляют по общепринятым стандартам (по правому краю перед таблицей ставится нумерационный заголовок с точкой, затем следует набранный с прописной буквы тематический заголовок без точки в конце; головка таблицы, прографка, боковик и т. д.). Располагают непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, если таблица не переносится на следующую страницу. Таблицы, превышающие размер страницы, выносятся в приложения и сопровождаются ссылками в тексте работы.
23.	Печать	Осуществляют на лазерном или струйном принтере, на обычной (80 г/м ²) белой мелованной бумаге, на одной стороне листа. Весь текст печатают черным тонером. Материалы инфографики могут быть черно-белыми или при необходимости многоцветными.
24.	Подготовленная к защите работа	Представляет собой распечатанный и подписанный автором работы и научным руководителем вариант (в одном экземпляре), подшитый в папку вместе с сопроводительными документами.

Сноски – обязательный элемент курсовой работы. В курсовой работе сноски могут быть оформлены следующими способами:

1) Наиболее распространенный (и наиболее удобный для читателя) вариант – подстрочные сноски, размещаемые внизу страницы. В сноске помимо библиографических данных книги указывается и страница, на которой размещен цитируемый текст. Все сделанные в работе подстрочные сноски нумеруются отдельно на каждой странице – 1, 2, 3 и т.д. и ставятся ДО знака препинания.

Например: Творческая индивидуальность журналиста возникает во взаимодействии мировоззрения, метода мышления и стиля. С точки зрения современной социологии, журналист есть «субъект деятельности по производству и распространению массовой информации»¹.

¹ Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. – М., 1999. – С. 115.

Используя возможности Word, расставляем сноски: на панели инструментов выбираем окно «Вставка», а в нем – функцию «ссылка – сноска». Устанавливая формат сноски, выбираем

нумерацию сноски «на каждой странице». В этом случае подстрочные сноски будут располагаться именно на той странице, где расположены цитата или фраза.

2) Внутрстрочные сноски: оформляются в квадратных скобках, где указан номер источника по порядку (в списке литературы) и номер страницы, с которой взята цитата или фраза, например: Т.А. ван Дейк, известный исследователь воздействия социокультурных факторов на механизм употребления языка, подчеркивает, что «понимание текста предполагает не только знание языка, но также и знание мира» [5, с. 12]. Обратите внимание, что сноски оформляются ДО знака препинания.

3) Внутрстрочные сноски на периодические издания принято оформлять в круглых скобках, с указанием названия издания без кавычек, года выхода издания, номера, страницы, с которой используется цитата. Например: В 1877 году историк литературы и публицист, редактор «Народной школы» А.П. Пятковский назвал характерными признаками педагогической журналистики «худосочие и бессилие»: «Она не пользуется ни малейшим вниманием со стороны читающей публики, пробавляясь еле-еле жиденькими, компилятивными статьями разных новобранцев литературы» (Дело, 1877, №9, с.2).

В приведенных примерах подстрочных и внутрстрочных сносков отражено только **прямое цитирование**. В случае если текст-источник излагается в свободном варианте (т.е. своими словами), то сноски будут оформляться иначе.

Пример: Известный исследователь периодической печати Л.Л. Реснянская, характеризуя современное состояние исследований общероссийской прессы, пишет о недостаточном уровне изучения специфики и типологии общероссийских изданий, что приводит к появлению разноплановой терминологии¹.

¹См.: Типология периодической печати: Учеб. пособие для студентов вузов / Под общ. ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2007.

Вариант:¹См. об этом: Типология периодической печати: Учеб. пособие для студентов вузов / Под общ. ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2007.

Соответственно **внутрстрочная сноска** будет иметь следующий вид [см.: 10] или [см. об этом: 10].

Мы перефразировали слова ученого и привели не прямую, а косвенную речь. Смысл фразы не искажился, но изменилась ее форма. Следовательно, в сноске мы должны отразить то, что Л.Л. Реснянская говорит о состоянии современных исследований общероссийской прессы, но приведенные нами слова являются свободным изложением авторской мысли.

Примеры оформления сносок на:

- *книжное издание*

¹ Родионова Т.С. Московская газета «Курьер». – М.: МГУ, 1999. – С.54.

- *статью из коллективного сборника*

¹ Бухарин Н.И. Заметки экономиста // История отечественной журналистики (1917 – 1945): Хрестоматия. Учебное пособие / Сост.: И.В. Кузнецов, Р.П. Овсепян, Р.А. Иванова. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999. – С. 35.

- *публикацию из собрания сочинений*

¹ Гиляровский В.А. Москва газетная // Собр. соч.: В 4-х тт. – Т.3. – М.: Правда, 1985. – С. 67.

- *газетную публикацию*

¹ Бронева А. По ком звонит колокол чеченской войны? // Комсомольская правда. – 2000, 14 мар. – С. 11.

- *журнальную публикацию*

¹ Тертычный А. Что может «малая» пресса? // Журналист. – 2000. – №2. – С. 45.

При следующих на одной странице одна за другой ссылках на одну и ту же работу во второй и последующих сносках пишется **Там же**. Например:

¹ Пирожкова Т.Ф. Славянофильская журналистика. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1997. – С. 18.

² Там же. – С. 45.

Если сноски на одну и ту же работу не следуют одна за другой, то в этом случае в последующих сносках пишутся фамилия и инициалы автора и слова **Указ. соч.** Например:

¹ Засурский И.И. Масс-медиа второй республики. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999. – С. 198.

² Смирнов В.Б. «Отечественные записки» и русская литература 70-80-х годов XIX века. – Волгоград: Изд-во Волгоградского государственного университета, 1998. – С. 57.

³ Засурский И.И. Указ. соч. – С. 98.

Ссылки, воспроизводимые из других источников, оформляются со ссылкой на этот источник. В этом случае после номера сноски пишется **Цит. по:**

2. Нумерация страниц и глав

Страницы работы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Номер страницы проставляется внизу страницы справа. Титульный лист включается в общую нумерацию страницы. Номер страницы на титульном листе не проставляется. Приложения включаются в общую нумерацию страниц.

Главы, пункты и подпункты (кроме введения, заключения, списка литературы и приложений) нумеруются арабскими цифрами, например: глава 1, а вместо слова «параграф» - нумерация 2.1.

3. Графический материал

Иллюстрации (чертежи, графики, схемы, диаграммы) следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице, если в указанном месте они не помещаются. Фотоснимки, рисунки, скриншоты помещаются в Приложения.

На все иллюстрации должны быть даны ссылки в работе. Например: Информационные материалы составляют 15 % от общего массива выявленных по теме текстов (см. диаграмму 1). ИЛИ: Фотографии в телеграм-аккаунте чаще всего представлены в жанре портрета (см. Приложения 1-4).

Каждая иллюстрация должна иметь название, которое помещают под ней. При необходимости перед названием рисунка помещают поясняющие данные.

Иллюстрации следует нумеровать арабскими цифрами порядковой нумерацией в пределах всей работы. Если в работе только одна иллюстрация, её нумеровать не следует и слово «Рисунок» под ней не пишут.

4. Таблицы

Цифровой материал следует помещать в работе в виде таблиц или диаграмм. На все таблицы и диаграммы должны быть ссылки в тексте. Объемные таблицы (более 1 страницы) размещаются в приложениях.

Таблицы и диаграммы следует нумеровать арабскими цифрами порядковой нумерацией в пределах всей работы. Номер следует размещать в левом верхнем углу над заголовком таблицы после слова «Таблица». Допускается нумерация таблиц в пределах раздела. Если в работе одна таблица, её не нумеруют и слово «Таблица» не пишут. Каждая таблица должна иметь заголовок, который помещается ниже слова «Таблица». Слово «Таблица» и заголовок начинаются с прописной буквы, точка в конце заголовка не ставится. Заголовки граф указываются в единственном числе.

Таблицу следует размещать так, чтобы читать её без поворота работы. Если такое размещение невозможно, таблицу располагают так, чтобы её можно было читать, поворачивая работу по часовой стрелке.

5. Оформление списка литературы

Список литературы составляют по алфавиту авторов и названий коллективных работ. Если авторы являются однофамильцами, алфавитный принцип действует в отношении инициалов. Произведения одного автора тоже располагаются в алфавитном порядке.

Работы на иностранных языках размещаются после литературы на русском языке.

Примеры оформления списка литературы (ГОСТ Р 7.05-2008):

Статьи из журналов и сборников

Адорно Т.В. К логике социальных наук // Вопросы философии. – 2002. – № 10. – С. 76–86.

Некляев С.Э. Информационно-психологическая война в условиях сетевой войны как новая форма угрозы национальной безопасности // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. – 2008. – №5. – С.35-51.

Лепилкина О.И. К вопросу о роли информационного фактора в распространении идей терроризма и экстремизма // Медиацтения СКФУ: Сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции (г. Ставрополь, 27 октября 2017 г.) / отв. ред. О.И. Лепилкина, А.М. Горбачев, Т.С. Шевченко. – Ставрополь: Изд-во «Сервисшкола», 2017. – С. 190-193.

Статья с двумя авторами

Crawford P.J., Barrett T.P. The reference librarian and the business professor: a strategic alliance that works // Ref. Libr. – 2007. – Vol. 3. – № 58. – P. 75–85.

Лепилкина О.И., Горбачев А.М. Современная общественно-политическая пресса на Северном Кавказе как фактор формирования патриотизма // Журналистика в 2015 году. Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы: Сборник материалов международной научно-практической конференции (г. Москва, 4-6 февр. 2016 г.). – М.: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2016. – С. 257-258.

Монографии

Книга с одним автором

Макеенко М.И. Ежедневная печать: американский опыт конца XX столетия. 1995-2000 гг. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. – 192 с.

Книга с двумя авторами

Корконосенко С.Г., Ворошилов В.В. Право и этика СМИ: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2009. – 234 с.

Книга с тремя авторами

Киселев В.В., Кузнецова Т.Е., Кузнецов З.З. Анализ научного потенциала. – М.: Наука, 2010. – 126 с.

Сборник

Газетный бизнес: перспективы развития: сб. ст. / Под ред. В.С. Ажаева. – М.: ИНИОН, 2001. – 147 с.

Из собрания сочинения

Герцен А.И. Тиранство сибирского Муравьева // Собр. соч.: в 30 т. – М., 1998. – Т. 14. – С. 315–316.

Глава или раздел из книги

Костиков В. Не будем проклинать изгнание // Пути русской эмиграции. – М.: [Б.и.], 1990. – Ч. 1. – С. 59–86.

Муравьев А.В., Сахаров А.М. Культура Руси IX – первой половины XII в. // Очерки истории русской культуры IX-XVII вв.: кн. для учителя. – М.: Изд-во МГУ, 1984. – С. 7–14.

Из словаря

Художник в кино // Энциклопедический словарь нового зрителя. – М.: Искусство, 2009. – С. 377–381.

Автореферат диссертации

Клец Ю.А. «Ставропольские губернские ведомости» (1850 – 1917 гг.): история издания и трансформация типологических признаков: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Ростов н/Д, 2009. – 24 с.

Петренко О.А. Формирование и развитие системы советской периодической печати на Ставрополье в 1920-е-1930-е годы: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Ростов н/Д, 2006. – 17 с.

Диссертация

Азарная М.А. Педагогическая пресса в России во второй половине XIX в.: генезис, предметно-тематические и структурно-функциональные особенности: Дис. ... канд. филол. наук. – Ставрополь, 2006. – 177 с.

Корнеева М.Д. Типологическое развитие ставропольской прессы в 1980-1990-е годы: Дис. ... канд. филол. наук. – Ставрополь, 2008. – 195 с.

Материалы конференций

VII Сургучевские чтения: Культура провинции: локальный и глобальный контекст: сборник материалов Международной научно-практической конференции (г. Ставрополь, 26-28 февр. 2010 г.) / под ред. А.А. Фокина, О.И. Лепилкиной. – Ставрополь: Изд-во Ставропольского гос. ун-та, 2010. – 340 с.

Электронные ресурсы

Stuart L. Spotlight: Interview with Benjamin Bours, Art Director at Wired [Электронный ресурс] // Noun Project. – 2022, 26 июня. – URL: <https://blog.thenounproject.com/spotlight-interview-with-benjamin-bours-art-director-at-wired/>.

Швыченкова Ю. А., Круглова Л.А. Мобильное медиапотребление видеоконтента поколением альфа [Электронный ресурс] // Медiascope. – 2022. – Вып. 1. – URL: <http://www.mediascope.ru/2768>

Примечание: для сносок на цитаты в тексте курсовой работы следует указывать дату обращения к электронному источнику.

Захарова М.В. Государственная помощь прессе в период финансово-экономического кризиса (опыт Франции) [Электронный ресурс] // Медiascope. – 2009. – Вып. №3. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/441> (дата обращения: 18.09.2022).

6. Оформление приложений

Приложения следует оформлять как продолжение курсовой работы на её последующих страницах. Располагать приложения следует в порядке появления ссылок на них в тексте курсовой работы.

Каждое приложение должно начинаться с новой страницы и иметь заголовок с указанием сверху посередине после слова «Приложение». Если приложений более одного, то они нумеруются арабскими цифрами.

ПРОЦЕДУРА ЗАЩИТЫ КУРСОВЫХ РАБОТ

Доклад по исследованию должен быть рассчитан на 5-7 минут. Он состоит из введения и основной части. Во введении раскрываются цели, объект, предмет, задачи, источниковая база и хронологические рамки исследования. В основной части доклада автор последовательно излагает основные результаты своего исследования.

Доклад должен быть сопровожден визуальной презентацией.

Допуск курсовой работы к публичной защите осуществляется научным руководителем. Студент, допущенный к публичной защите, обязан явиться на комиссию в строго назначенный день. Отклонения от графика представления курсовой работы и ее защиты без уважительных на то причин ведут к снижению оценки.

После предоставления ему слова, студент обязан четко, ясно объявить тему своего исследования и огласить доклад, а затем ответить на вопросы комиссии и присутствующих на защите. Когда процедура защиты завершена, список выступающих исчерпан полностью, комиссия, после кратковременного совещания, оглашает оценки.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная:

1. Шкляр М.Ф. Основы научных исследований: учебное пособие. – 6-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 208 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450782>.

Дополнительная:

1. Азарская М.А., Поздеев В.Л. Научно-исследовательская работа в вузе: учебное пособие. – Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. – 230 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461553>.
2. Салихов В.А. Основы научных исследований: учебное пособие. – 2-е изд., стер. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2017. – 150 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455511>.
3. Шульмин В.А. Основы научных исследований: учебное пособие. – Йошкар-Ола: ПГТУ, 2014. – 180 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439335>.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн
2. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань»
3. <http://www.mediascope.ru> - электронный журнал «Медиаскоп»
4. <http://elibrary.ru/> – электронная научная библиотека eLIBRARY.RU –
5. <https://cyberleninka.ru> – электронная научная библиотека «Киберленинка»