

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе и
образовательным инновациям

О.Н. Здрок

«06» января 2022 г.

Регистрационный № УД- 11297 /уч.



ТЕХНОЛОГИИ МЕДИАПРОИЗВОДСТВА

**Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:**

1-23 01 08 Журналистика (по направлениям)
направлений специальности:

1-23 01 08-01 Журналистика (печатные СМИ)

1-23 01 08-03 Журналистика (веб-журналистика)

1- 23 01 08-02 Журналистика (аудиовизуальная)

1-23 01 09 Журналистика международная

2022 г.

Учебная программа составлена на основе типовых учебных планов Е-23-1-006/пр.-тип от 30.06.2021, Е-23-1-007/пр.-тип от 30.06.2021, и учебных планов Е-23-1-010/уч. от 30.06.2021, Е-23-1-012/уч. от 30.06.2021, Е-23-1-011/уч. от 30.06.2021, Е-23-1-013/уч. от 30.06.2021., Е 23-1-016 /уч.з от 30.06. 2021 г., Е 23-1-028 /уч.ин от 30.06. 2021 г., Е 23-1-029 /уч.ин от 30.06. 2021 г., Е 23-1-030 /уч. от 30.06. 2021 г.

СОСТАВИТЕЛИ:

А. А. Градюшко, доцент кафедры периодической печати и веб-журналистики факультета журналистики Белорусского государственного университета, кандидат филологических наук, доцент

Е. А. Смирнова, старший преподаватель кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики Белорусского государственного университета

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Д. Н. Дроздов, доцент кафедры медиалогии факультета журналистики Белорусского государственного университета, кандидат филологических наук, доцент

И. И. Минчук, заведующая кафедрой журналистики Учреждения образования «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы», кандидат филологических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой периодической печати и веб-журналистики
(протокол № 7 от 21.12.2021)

Научно-методическим Советом БГУ
(протокол № 3 от 06.01.2022)

Заведующая кафедрой
периодической печати и веб-журналистики

С. В. Харитонова

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины – сформировать систему знаний об особенностях медиапроизводства в современной журналистике, дать студентам базовые представления о практике управления медийными проектами, предполагающими многоплатформенность; усовершенствовать навыки создания контента, его доставки к аудитории, оценки эффективности контента и самого медиа, взаимодействия с разными сегментами целевой аудитории, а также монетизации медиа.

Задачи учебной дисциплины:

1. ознакомить студентов с технологиями медиапроизводства в печатных, цифровых и аудиовизуальных медиа;
2. сформировать профессиональные компетенции в области подготовки контента для различных медийных платформ;
3. рассмотреть основные принципы управления и организации работы печатных, цифровых и аудиовизуальных медиа;
4. дать базовые знания о приемах создания контента в различных медиаформатах;
5. сформировать умения работы с современными инструментами визуализации;
6. ознакомить студентов с основными приемами дистрибуции медиаконтента в социальных сетях и мессенджерах;
7. раскрыть специфику взаимодействия редакции с аудиторией в печатных, цифровых и аудиовизуальных медиа;
8. сформировать у студентов практические умения и навыки в сфере анализа эффективности контента;
9. рассмотреть современные тенденции монетизации печатных, цифровых и аудиовизуальных медиа;
10. показать основные направления трансформации современной журналистики.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста с высшим образованием.

Дисциплина «Технологии медиапроизводства» носит практико-ориентированный характер и направлена на формирование комплексных знаний о технике и технологиях работы и производства контента в различных типах медиа.

В учебных планах специальностей 1-23 01 08-01 Журналистика (печатные СМИ), 1-23 01 08-03 Журналистика (веб-журналистика), 1- 23 01 08-02 Журналистика (аудиовизуальная), 1-23 01 09 Журналистика международная учебная дисциплина относится к модулю «Цифровые технологии» государственного компонента.

Связи с другими учебными дисциплинами.

На лекционных и практических занятиях студенты углубляют и творчески реализуют знания, полученные в результате изучения учебных

дисциплин «Основы журналистики», «Современные информационные технологии», «Основы медиаменеджмента».

Требования к компетенциям

Освоение учебной дисциплины «Технологии медиапроизводства» должно обеспечить формирование следующих универсальных и базовых профессиональных компетенций:

универсальные компетенции:

УК-1. Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации;

УК-2. Решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе применения информационно-коммуникационных технологий;

УК-5. Быть способным к саморазвитию и совершенствованию в профессиональной деятельности

базовые профессиональные компетенции:

БПК-1. Применять теории и парадигмы современной журналистики для осуществления журналистской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа;

БПК-2. Определять методологию деятельности по сбору, обработке и распространению информации с помощью СМИ;

БПК-4. Разрабатывать и осуществлять производственный процесс создания и выпуска журналистского текста и/или медиапроекта с применением современных цифровых технологий;

В результате освоения учебной дисциплины студент должен:

знать: базовые понятия курса; основные тенденции развития СМИ в цифровом пространстве; организационные модели редакций современных медиа; специфику производства медиатекстов для разных цифровых платформ; особенности профессионального и пользовательского контента; виды различных систем управления сайтами; жанры и форматы цифровой журналистики; методы эффективного присутствия СМИ в социальных сетях; основные аналитические метрики, их особенности и различия; способы монетизации интернет-ресурсов;

уметь: разрабатывать и реализовывать мультиплатформенные проекты; собирать команду и выстраивать редакционные процессы; налаживать коммуникацию с аудиторией в соцсетях и мессенджерах; эффективно работать с различными системами управления сайтами; использовать технологии поисковой оптимизации для увеличения трафика; анализировать статистику посещаемости сайта и показатели вовлеченности в социальных сетях; использовать новые цифровые медиаформаты в профессиональной деятельности;

владеть: творческими, технологическими и предпринимательскими навыками, необходимыми для управления медиапроектом в цифровой среде; технологиями создания эффективных заголовков и текстов в цифровой журналистике; жанрами современной интернет-журналистики; навыками работы с видеоредакторами; основными приемами иллюстрирования контента; базовыми методами поисковой оптимизации и измерения

медиаэффективности; знаниями о типологических и функциональных особенностях цифровых медиа; навыками грамотной организации, оформления и редактирования медиатекста в цифровой среде.

Структура учебной дисциплины

Дисциплина изучается во 2 и 3 семестре. На изучение дисциплины «Технологии медиапроизводства» отведено для дневной формы обучения всего 196 часов, в том числе 70 аудиторных (24 – лекции, 46 – лабораторные занятия). Трудоемкость учебной дисциплины составляет 6 единиц.

Второй семестр включает всего 96 часов, из которых 34 аудиторных (12 – лекции, 20 – лабораторные занятия, 2 – УСП).

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 3 зачетные единицы.
Форма текущей аттестации – экзамен.

Третий семестр включает всего 100 часов, из которых 36 аудиторных (12 – лекции, 14 – лабораторные занятия и 10 укр (из них 4 ДО).

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 3 зачетные единицы.
Форма текущей аттестации – зачет.

На изучение дисциплины «Технологии медиапроизводства» отведено для заочной формы обучения всего 196 часов, в том числе 18 аудиторных (6 – лекции, 12 – лабораторные занятия). Трудоемкость учебной дисциплины составляет 6 единиц.

Второй семестр включает всего 90 часов, из которых 10 аудиторных (2 – лекции, 8 – лабораторные занятия).

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 3 зачетные единицы.
Форма текущей аттестации – экзамен.

Третий семестр включает всего 106 часов, из которых 8 аудиторных (4 – лекции, 4 – лабораторные занятия).

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 3 зачетные единицы.
Форма текущей аттестации – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Семестр 2.

Раздел 1. Технологии медиапроизводства печатных СМИ

Тема 1. Технологии полиграфического производства

Развитие полиграфического дела, его этапы и перспективные направления в современной полиграфии. Печатные средства информации: книги, газеты, журналы, брошюры и прочая печатная продукция. Параметры полиграфической продукции. Основные издательско-полиграфические термины и понятия. Система измерения, единицы измерения. Типографская продукция: параметры, экземпляр, тираж, формат, объём, бумажный, печатный, авторский, условно-печатный лист.

Допечатные процессы. Набор и обработка текстовой информации. Основные этапы подготовки текстовой и графической информации. Характеристика основных видов и способов печати. Изменения в традиционной печати. Традиционные и бесконтактные способы печати. Послепечатные процессы.

Тема 2. Организация и техника производства периодических изданий

Производственный цикл работы над номером газеты. Принципы отбора материалов. Структура номера газеты. Система рубрик. Номер газеты как единство материалов различных отделов редакции. Секретариат редакции и организация его работы. График верстки номера. Формы подачи материалов. Корректурa, ее особенности и организация на разных стадиях газетного производства. Правила и техника корректуры.

Тематические, структурные и графические характеристики, формирующие «лицо» издания. Композиционно-графическая модель, ее роль в формировании внешнего облика издания. Композиция, формы и виды верстки традиционных медиа. Макет газеты и его назначение. Виды макета, основные этапы и приемы макетирования. Композиция газеты и газетной полосы. Принцип организации газетных материалов.

Тема 3. Конструктивные характеристики печатных СМИ

Характеристика полиграфической продукции. Основные конструктивные и оформительские элементы печатных изданий. Структура и композиция номера издания. Основные параметры газетно-журнальной периодики. Информационная емкость полосы. Структура полос А2, А3, А4. Объем газет. Зависимость оформления от объема и формата издания. Шрифтовой ассортимент современной газетно-журнальной периодики. Элементы букв. Классификация шрифтов. Художественные достоинства и удобочитаемость. Выбор шрифтового решения. Требования к шрифтам.

Тема 4. Специфика медиапроизводства печатных СМИ в условиях конвергенции

Конвергенция в СМИ как фактор трансформации медиапроизводства. Проникновение конвергентных процессов в медиаиндустрию. Специфика изменения характера журналистского труда. Профессиональные вызовы в условиях медиаконвергенции. Трансформация журналистской деятельности. Возникновение новых ролей в медиаотрасли. Переход СМИ на многоплатформенное распространение контента. Усиление конкуренции со стороны цифровых платформ.

Особенности развития газетных редакций в условиях конвергенции на современном этапе. Принципы медиапроизводства *print first* и *digital first*, их свойства и различия. Создание ньюсрумов на базе печатных СМИ. Работа мультимедийной редакции. Препятствия при переходе от традиционной редакции к мультимедийной. Принципы организации работы конвергентной редакции. Особенности медиапроизводства в современных белорусских издательских домах («Беларусь сегодня», «Звезда») и медахолдингах («Минская правда»).

Раздел 2. Технологии медиапроизводства цифровых СМИ

Тема 5. Профессия журналиста в эпоху цифровых технологий

Понятия «цифровизация», «цифровая журналистка». Особенности медиапотребления в цифровой журналистике. Типология медийных интернет-ресурсов. Основные тренды развития медиа в цифровой среде. Становление и развитие цифровой журналистики. Периодизация развития медиа в цифровой среде. Профессиональная и гражданская интернет-журналистика: сходства и различия. Блогосфера и ее особенности. Цифровые платформы, их особенности и специфика.

Производство медиаконтента в цифровой среде. Содержательно-тематическая модель интернет-СМИ. Критерии ценности новостей. Творчество журналиста в цифровых медиа. Ведущие интернет-издания. Свойства цифровой журналистики. Показатели эффективности работы медиа в интернете. Правовое регулирование деятельности интернет-ресурсов. Сетевые издания. Этические нормы работы журналиста в интернете. Специфика взаимодействия СМИ и аудитории в цифровой среде. Формы и каналы для обратной связи с аудиторией. Взаимодействие через социальные сети. Боты и чат-боты.

Тема 6. Системы управления сайтами

Сайт как одна из цифровых платформ. Системы управления сайтами (CMS). Доменное имя. Хостинг. Принципы работы систем управления контентом (на примере *WordPress*, *Joomla!*, *Drupal*, *1С-Битрикс*). Плагины, виджеты. Шаблоны оформления. Принципы конструирования композиционно-графической модели цифрового медиа. Конструкторы сайтов

Tilda Publishing, Wix. Особенности создания сайтов-одностраничников (лендингов).

Дизайн-модель интернет-СМИ и ее компоненты. Логотип, навигационное меню, колонки, слайд-шоу, новостные блоки на главной странице, лента новостей. Структура сайта и навигационные функции. Особенности современной графики, инфографики и фотографии. Принципы композиционного расположения иллюстраций в медиатексте. Цвет в дизайне цифровых медиа. Адаптивный дизайн.

Тема 7. Подготовка текстов для онлайн-изданий

Новостной заголовок как средство речевого воздействия. Заголовок и его функции в структуре медиатекста. Классификация новостных заголовков. Влияние типов заголовков интернет-СМИ на мотивацию аудитории к прочтению материала. Приемы создания заголовков. Кликабельные и кликбейтные заголовки. Рекомендации по созданию заголовков для интернет-СМИ. Шаблоны кликабельных заголовков, их классификация. Рекомендации по оформлению заголовков для новостных агрегаторов и рекомендательных систем.

Особенности медиатекста в цифровой среде. Преобразования в речевом оформлении медиатекста. Творческие приемы, используемые при написании текста для интернет-изданий. Новые форматы взаимодействия с аудиторией. Факторы эффективности медиатекста в цифровой среде. Количество просмотров материала, количество доскроллов и дочитываний, рецитуляция (глубина просмотра), время на сайте, реакция аудитории.

Тема 8. Производство визуального контента в цифровых медиа

Принципы создания контента для цифровых медиа. Приоритет визуального контента. Фотожурналистика и особенности иллюстрирования материалов в цифровом пространстве. Фотостоки и фотобанки. Приемы обработки фото на смартфоне с помощью приложений. Новые технологические решения при размещении фото в интернете. Слайдеры, фотографии «было/стало», коллажи. Размеры и способы размещения изображений в различных социальных медиа. Приемы размещения фото в *Instagram*.

Видео как новый медийный формат в цифровой среде. Общая характеристика белорусского сегмента YouTube. Выбор темы канала и поиск идей для новых видео. Контент-план. Производство нишевых проектов. Необходимое оборудование. Сценарий для видео. Монтаж роликов. Алгоритмы YouTube. Заголовки и теги. Продвижение канала. Работа с аудиторией в социальных сетях. Форматы коротких видео. YouTube Shorts, TikTok, Instagram Reels. Вопросы авторского права. Программы и мобильные приложения, используемые для монтажа видео.

Программы, используемые для работы с инфографикой. Инструменты *Infogram, Piktochart, Flourish*, их использование в работе журналиста. Дата-

журналистика в системе цифровых медиа. Мультимедийные лонгриды, их специфика.

Мультимедийные форматы как средство привлечения и удержания аудитории. Типология мультимедийных форматов. Текстовые, иллюстративные (фотоформаты, графические форматы), видеоформаты, аудиоформаты. Комбинированные медиаформаты. Многообразие мультимедийных форматов и сервисов для их создания. Приемы создания журналистского контента с использованием нескольких знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической).

Тема 9. Эффективное присутствие СМИ в социальных сетях

Социальные медиа и их аудитория. Социальные медиа как ресурс для журналиста. Особенности распространения контента в соцсетях «ВКонтакте», *Instagram*, «Одноклассники», *TikTok*, *Facebook*, *Twitter* и в мессенджерах (*Telegram*). Хронологические, алгоритмические и рекомендательные платформы.

Современные стратегии медиапроизводства в социальных сетях. Социальная сеть как лента ссылок на основной сайт. Социальная сеть как сообщество. Особенности разработки социальной стратегии. Принципы формирования алгоритмического рейтинга. Основные тренды развития социальных медиа на современном этапе.

Понятия *Social Media Marketing (SMM)* и *Social Media Optimization (SMO)*. Критерии эффективности деятельности медиа в социальных сетях. Увеличение вовлеченности аудитории. Ежемесячный прирост аудитории. Количество пользователей, пришедших на сайт из социальных сетей. Показатель вовлеченности *ER (Engagement Rate)*, методика его расчета.

Приемы сопровождения сообществ в соцсети «ВКонтакте». Рекомендации по ведению групп. Компоненты успеха на различных площадках. Правила написания подводки. Примеры речевых оборотов, направленных на общение с пользователями. Типичные ошибки сопровождения сообществ в социальных сетях. Правила создания контента для *Instagram* и *TikTok*. Рекомендации по ведению аккаунтов. Публикации в формате *Stories*, их особенности. Приложения для оформления постов в социальных сетях.

Работа медиа в *Telegram*. Возможности использования мессенджеров в творческой деятельности журналиста. Стратегии распространения новостей в *Telegram*. Преимущества *Telegram* перед социальными сетями. Базовые рекомендации по организации контента в *Telegram*. Продвижение канала. Сервисы аналитики и статистики.

Тема 10. Поисковая оптимизация и медийная аналитика

Поисковая оптимизация сайтов интернет-СМИ, ее особенности. Специфика продвижения новостного сайта в Google и «Яндексе». Понятие индексации. Семантическое ядро сайта. Приемы SEO-оптимизации сайтов на редакционном и техническом уровнях. Адаптивный дизайн, его важность для

поискового продвижения. Скорость загрузки сайта, способы ее увеличения. Факторы ранжирования сайтов в поисковых системах, их классификация. Рекомендательный сервис Google Discover, принципы его работы. Платформа «Яндекс.Дзен» как источник расширения аудитории для цифровых СМИ. Новостные агрегаторы («Яндекс.Новости», Google News).

Методы измерения аудитории различных типов СМИ. Основные медиаметрические показатели: аудитория, рейтинг, доля аудитории, охват, вовлеченность. Основы редакционной аналитики. Сервисы оценки эффективности работы сайтов («Яндекс.Метрика», Google Analytics), социальных сетей и мессенджеров (Popsters, Livedune и др.). Аналитика и статистика канала в Telegram. Основные понятия и сервисы аналитики и статистики. Монетизация канала. Реклама, репосты, нативные публикации, закрытые сервисы. Долгосрочная стратегия продвижения. Создание комьюнити.

Тема 11. Перспективные направления развития цифровой журналистики

Перспективные направления развития журналистики в цифровой среде. Переход СМИ на многоплатформенное распространение контента. Усиление конкуренции со стороны цифровых гигантов. Применение технологий дополненной и виртуальной реальности. Внедрение технологий искусственного интеллекта и роботизированной журналистики.

Современные модели монетизации цифрового контента. Новые бизнес-модели для медиа в условиях технологических изменений и экономических вызовов. Платный доступ (paywall). Краудфандинг. Клубно-членская модель. Современные рекламные форматы. Метавселенная как конвергенция физической, дополненной и виртуальной реальности в общем онлайн-пространстве. Реальный и цифровой миры, их взаимодополнение. Новые направления работы журналиста в цифровой среде.

Семестр 3.

Раздел 3. Технологии медиапроизводства аудиовизуальных СМИ

Тема 12. Радиовещание на современном этапе: тенденции и перспективы

Этапы развития техники и технологий радиовещания. Предпосылки развития массового радиовещания. Основные этапы развития радио в Беларуси: развитие проводного вещания, появление радиостанций в FM-диапазоне.

Специфика радиовещания, основные свойства радио для слушателей, рекламодателей. Формат радиостанций как уникальный способ деления целевой аудитории.

Современные тренды радиовещания. Визуализация радиоэфира, новые способы организации радиовещания, появление новых каналов дистрибуции

контента, маркетинговая составляющая радиовещания. Достоинства и недостатки подкастов как новой формы общения со слушателями.

Тема 13. Современная радиостанция: обзор типового оборудования, назначение

Радиостанция как совокупность аппаратно-студийного комплекса (АСК) для подготовки и производства передач, передающего радицентра и средств связи между ними. Варианты построения радиостанции.

Понятие «аппаратно-студийный блок»: характеристика аппаратных и студий разного назначения. Классификация радиостудий. Типовое оборудование радиостудии. Многообразие аппаратных радиодома: общая характеристика и назначение центральной, монтажной, эфирной и других аппаратных.

Структура вещательной системы: передающая часть, канал передачи, приемная часть. Виды вещательных диапазонов (диапазон длинных, средних, коротких и ультракоротких волн): общая характеристика, коммерческий потенциал.

Тема 14. Технология создания радиопрограммы на современном этапе

Технология создания радиопрограммы: обзор основных этапов. Подготовка – производство – формирование и выпуск – распределение – прием. Журналистская составляющая на этапе подготовки и производства радиопрограммы.

Особенности звукозаписи в радиовещании. Преимущества и недостатки различных способов звукозаписи. Правила звукозаписи в студийных и внестудийных условиях. Основы работы с микрофонной аппаратурой в различных условиях. Обзор оборудования для записи во внестудийных условиях.

Монтаж звукозаписи. Основные правила монтажа. Компьютерные программы для обработки и монтажа речевых фонограмм.

Форматы и перспективы цифрового радиовещания. Преимущества цифрового радиовещания (количество радиостанций, качество вещания, помехоустойчивость и др.).

Тема 15. Телевидение на современном этапе: общая характеристика

Основные этапы развития индустрии телевидения: от довоенных экспериментов до современных спортивных трансляций. Телевидение как коллективное средство проведения досуга. Специфика телевидения как средства массовой информации. Развитие телевидения в Беларуси: основные этапы.

Экономические основы телевизионной индустрии. Типы телеорганизаций мира (государственные, общественные, коммерческие,

смешанные). Источники доходов в телеиндустрии: реклама, абонентская плата, спонсорство, бюджет, PPV, подписка.

Тенденции и перспективы телевизионного вещания. Популярность нелинейного просмотра телепрограмм, дистрибуция контента в интернете, конкуренция со стриминговыми сервисами и видеохостингами.

Перспективы телевизионных технологий: формат HD, 4K. Плоскопанельное телевидение, интерактивные возможности современных телеприемников.

Тема 16. Состав и оборудование телевизионного центра

Телевизионный центр как комплекс технических устройств для производства и распространения телевизионных программ. Типология телецентров (программные, передающие).

Основные помещения телевизионного центра. Аппаратно-студийный блок на телевидении. Классификация телевизионных павильонов, варианты построения, назначение и типовое оборудование. Аппаратные телевизионного центра: назначение, типовое оборудование, варианты построения.

Обзор внестудийной телевизионной техники. Телевизионная камера как основной элемент мобильного репортерского комплекта. Передвижная телевизионная станция: функции, принципы построения, типовое и назначение оборудования.

Тема 17. Телевизионная программа: методика создания, основные этапы работы

Основные этапы создания телевизионной программы: формулировки идеи и темы программы, первичный сбор материала, предварительный выезд на место съемки, знакомство с источником информации, подготовки сценарного плана, оформление заявки на технику, съемочный процесс, монтаж.

Понятие «язык экрана» как совокупность технических приемов и изобразительных средства, с помощью которых автор воплощает свой замысел. Кадр, план, ракурс, монтаж как основные элементы языка экрана.

Структура телевизионного сюжета. Функции стенда-па, синхронов, лайфов и других элементов телевизионного материала. Особенности написания закадрового текста.

Учебно-методическая карта учебной дисциплины

Дневная форма получения образования. Специальность 1-23 01 08 «Журналистика (по направлениям)»,
1-23 01 09 Журналистика международная

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3		5	6	7	8	9
2 семестр								
Раздел 1. Технологии медиапроизводства печатных СМИ								
1.	Технологии полиграфического производства	2			2			Устный опрос
2.	Организация и техника производства периодических изданий	2			2			Презентация
3.	Конструктивные характеристики печатных СМИ	2			2			Творческое задание (моделирование работы редакции)
4.	Специфика медиапроизводства печатных СМИ в условиях конвергенции				2			Презентация (медиапроизводство в различных СМИ)
Раздел 2. Технологии медиапроизводства цифровых СМИ								
5.	Профессия журналиста в эпоху цифровых технологий	2			2			Устный опрос
6.	Системы управления сайтами	2			2			Творческое задание (создание сайта по шаблону)
7.	Подготовка текстов для онлайн-изданий	2			2			Творческое задание (создание заголовков)

8.	Производство визуального контента в цифровых медиа				2			Творческое задание (создание короткого видео)
9.	Эффективное присутствие СМИ в социальных сетях				2		2	Творческое задание (контент для соцсетей)
10.	Поисковая оптимизация и медийная аналитика				2			Презентация
11.	Перспективные направления развития цифровой журналистики				2			Презентация (концепции развития журналистики)
	ВСЕГО:	12			20		2	
3 семестр								
Раздел 3. Технологии медиапроизводства аудиовизуальных СМИ								
12.	Радиовещание на современном этапе: тенденции и перспективы	2			2			Устный опрос
13.	Современная радиостанция: обзор типового оборудования, назначение	2			2			Устный опрос
14.	Технология создания радиопрограммы на современном этапе	2			4		4 (ДО)	Творческое задание (создание радиопрограммы)
15.	Телевидение на современном этапе: общая характеристика	2			2			Устный опрос
16.	Состав и оборудование телевизионного центра	2			2			Устный опрос
17.	Телевизионная программа: методика создания, основные этапы работы	2			8		6	Творческое задание (создание телепрограммы)
	ВСЕГО:	12			14		10	
	ИТОГО:	24			34		12	

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Заочная форма получения образования. Специальность 1-23 01 08 «Журналистика (по направлениям)»

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСП	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
2 семестр								
1.	Организация и техника производства периодических изданий	2						Устный опрос
2.	Профессия журналиста в эпоху цифровых технологий				2			Устный опрос
3.	Системы управления сайтами				2			Творческое задание (создание сайта по шаблону)
4.	Подготовка текстов для онлайн-изданий				2			Творческое задание (создание заголовков)
5.	Эффективное присутствие СМИ в социальных сетях				2			Творческое задание (контент для соцсетей)
	ВСЕГО:	2			8			
3 семестр								
6.	Радиовещание на современном этапе: тенденции и перспективы	2						Устный опрос
7.	Технология создания радиопрограммы на современном этапе				2			Творческое задание (создание радиопрограммы)
8.	Телевидение на современном этапе: общая характеристика	2						Устный опрос
9.	Телевизионная программа: методика создания, основные этапы работы.				2			Творческое задание (создание телепрограммы)
	ВСЕГО:	4			4			
	ИТОГО:	6			12			

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. Амзин, А. А. Интернет-журналистика: Как писать хорошие тексты, привлекать аудиторию и зарабатывать на этом / А. А. Амзин. – М. : Издательство АСТ, 2020. – 400 с.
2. Амзин, А. А. Как новые медиа изменили журналистику / А. А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов. – М., 2016.
3. Афанасьева, Е. Как создать свой проект для ТВ и Digital / Елена Афанасьева. – М.: Захаров, 2020.
4. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика: Теория и практика : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. – М. : Юрайт, 2019. – 269 с.
5. Баранова, Е. А. Конвергенция СМИ устами журналистов-практиков : монография / Е. А. Баранова. – М. : Прометей, 2017. – 104 с.
6. Богатов, В. Новости на телевидении. Практическое пособие. – М.: Грифон, 2017.
7. Гаврилов, К. В. Как делать сюжет новостей. Учебник начинающего ньюсмейкера / Константин Гаврилов. – М.: Пальмира, 2017.
8. Градюшко, А. А. Основы журналистики. Организация работы редакции СМИ : учебно-метод. комплекс для студ. фак. журналистики / А. А. Градюшко. – Минск : БГУ, 2005. – 104 с.
9. Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста : учеб.-метод. пособие / А. А. Градюшко. – Минск : БГУ, 2019. – 239 с.
10. Градюшко, А. А. Цифровая журналистика : пособие / А. А. Градюшко. Минск : БГУ, 2021. – 171 с.
11. Губин, Д. Губин ON AIR: Внутренняя кухня радио и телевидения / Д. Губин. – М., 2016.
12. Гуртовая, Е. А. Визуальная коммуникация : учеб.-метод. пособие / Е. А. Гуртовая. – Минск : БГУ, 2019. – 99 с.
13. Дугин, Е. Я. Медиаиндустрия в условиях цифровых трансформаций / Евгений Дугин. – М.: Канон +, 2020.
14. Журналісцкае майстэрства [Электронны рэсурс] : вучэб.-метада. Комплекс / Д. А. Нікановіч [і інш.] ; пад агул. рэд. В. М. Самусевіч, Д. А. Нікановіча. – Мінск : БДУ, 2020.
15. Ильяхов, М. Пиши, сокращай: Как создать сильный текст / Максим Ильяхов, Людмила Сарычева. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Альпина Паблішер, 2018. – 440 с.
16. Карякин, В. Л. Цифровое телевидение / В. Л. Карякин. – М., 2019.
17. Козинаки, М. В голос! Нескучное руководство по созданию подкаста / Марина Козинаки, Ковен Дур, Евгения Спащенко. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020.

18. Кульчицкая, Д. Ю. Лонгриды в онлайн-СМИ : особенности и технология создания : учеб. пособие / Д. Ю. Кульчицкая, А. А. Галустян. – М. : Аспект-Пресс, 2017. – 79 с.
19. Магронт, М. История создания телевидения. Как рождались культовые программы / Мария Магронт. – М.: Бомбора, 2019.
20. Мёрч, У. Искусство монтажа: путь фильма от первого кадра до кинотеатра / Уолтер Мёрч. – М.: Бомбора, 2020.
21. Мирошниченко, А. А. Когда умрут газеты / А. А. Мирошниченко. – М. : Книжный мир, 2011. – 222 с.
22. Мультимедийная журналистика / [авт.: А. Г. Качкаева и др.] ; под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. – Москва : Высшая школа экономики, 2017. – 413 с.
23. Ньюзум, Э. Пошумим. Как делать хитовые подкасты / Эрик Ньюзум. – М.: Individuum. – М., 2020.
24. Работа журналиста в цифровой периодике : учебное пособие для студентов вузов / отв. ред. О. В. Смирнова. – Москва : Аспект Пресс, 2021. – 248 с.
25. Силантьева, О. 92 мультимедийных формата / О. Силантьева. – [б. м.], 2018. – 60 с.
26. Соловьев, А. И. Современные технологии массмедиа : пособие / А. И. Соловьев ; БГУ. – Минск : БГУ, 2018. – 279 с.
27. Степанов, В. А. Социальные медиа : учеб.-метод. пособие / В. А. Степанов. – Минск : БГУ, 2020. – 115 с.
28. Сосна, Н. Н., Медиа: между магией и технологией / Н. Н. Сосна, К. Федорова. – М.: Кабинетный ученый, 2018.
29. Харитонов, С.В. Дизайн газеты : учеб.-метод. комплекс / А.К. Свороб, С.В. Харитонов. – Минск : БГУ, 2015. – С. 118 с.
30. Харитонов, С.В. Моделирование периодических изданий для детей / С. В. Харитонов. – Минск : БГУ, 2013. – 123 с.

Перечень дополнительной литературы

1. Амбражевич, С. Н. 2 в 1: Как создать собственный подкастинг и радиостанцию в сети Интернет / С. Н. Амбражевич, А. С. Герасименко, П. Чумаченко. – М., 2007
2. Бакулев, Г. П. Конвергенция медиа и журналистики / Г. П. Бакулев. – М. 2002.
3. Березовская, Е. А. Техника телевидения и радиовещания : УМК / Е. А. Березовская, А. В. Курейчик. – Минск: БГУ, 2009.
4. Вырковский, А. В. Редакционный менеджмент в печатных и онлайн-массмедиа: процессный подход / А. В. Вырковский. – М.: МедиаМир, 2016. – 384 с.
5. Герасименко, А. С. Радио в сети INTERNET и подкастинг / А. С. Герасименко. – М.: Триумф, 2007.

6. Ефимова, Н.Н. Звук в эфире / Н. Н. Ефимова. – М.: Аспект Пресс, 2005.
7. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учеб. пособие для академич. бакалавриата / В. Л. Иваницкий. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Юрайт, 2019. – 239 с.
8. Касютин, В. Л. Живая газета / В. Л. Касютин. – М. : Изд. Союза журналистов России, 2013. – 336 с.
9. Кирия, И. В. История и теория медиа : учеб. для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – 2-е изд., испр. – М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 570 с.
10. Кийт, М. Радиостанция / Майкл Кийт. – М.: Мир, 2001.
11. Кривошеев, М. И. Интерактивное телевидение / М. И. Кривошеев, В. Г. Федунин. – М. Радио и связь, 2000.
12. Маккой, К. Вещание без помех / К. Маккой. – М.: Мир, 2000.
13. Меерзон, Б.Я. Акустические основы звукорежиссуры: Учебное пособие для студентов вузов / Б. Я. Меерзон. – М.: Аспект Пресс, 2004.
14. Нигматуллина, К. Р. Профессиональная культура журналистов в России / К. Р. Нигматуллина. – СПб.: Алетейя, 2021. – 286 с.
15. Плавник А.А. Основные этапы развития аудиовизуальных СМИ / А. А. Плавник. – Минск, 2003.
16. Ситников, В. П. Техника и технология СМИ: печать, телевидение, радиовещание / В.П. Ситников. – М.: Слово, 2011.
17. Силина-Ясинская, Т. В. Основы журналистики : учеб.-метод. комплекс / Т. В. Силина-Ясинская. – Минск : БГУ, 2015. – 99 с.
18. Сотникова, О. П. Интернет-издание от А до Я: руководство для веб-редактора : учеб. пособие для студ. вузов / О. П. Сотникова. – М. : Аспект Пресс, 2014. – 157 с.
19. Утилова, Н.И. Монтаж: Учебное пособие для студентов вузов / Н. И. Утилова. – М.: Аспект Пресс, 2004.
20. Федоров, В. К. Стандарты цифрового телевидения нового поколения / В. К. Федоров. – М., 2015.
21. Харитонова, С. В. Белорусские медиа для детей: системообразование и визуально-семантическая структура / С. В. Харитонова ; науч. ред. В. И. Ивченков. – Минск : Белорус. гос. ун-т, 2022. – 267 с.
22. Vukov I., Hradziushka A., Ibrayeva G., Turdubaeva E. (2018) Instant Messaging for Journalists and PR-Practitioners: A Study of Four Countries. In: Bodrunova S. (eds) Internet Science. INSCI 2018. Lecture Notes in Computer Science, vol 11193. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-01437-7_20
23. Convergent Journalism: An Introduction Writing and Producing Across Media / ed. Vincent F. Filak. – 3rd ed. – London : Routledge, 2019. – 192 p.

ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ И МЕТОДИКА ФОРМИРОВАНИЯ ИТОГОВОЙ ОТМЕТКИ

Рекомендуемыми средствами диагностики на занятиях по дисциплине «Технологии медиапроизводства», позволяющими проследить и оценить динамику процесса достижения целей обучения, являются устный опрос, творческое задание, презентация.

При оценке *устного опроса* учитывается:

- ответ (полнота ответа) – 60 %;
- постановка вопросов – 20 %;
- участие в дискуссии, дополнения и замечания – 20 %.

При оценке *творческого задания* учитывается:

- соответствие выбранного инструмента, способов решения, поставленной задаче – 60 %;
- аналитический подход к решению задания – 40 %.

Оценка *презентации* включает:

- содержание выступления (ясность, доказательность, соответствие теме и аудитории) – 50 %;
- управление коммуникацией (ораторское мастерство, взаимодействие с аудиторией) – 50 %.

Формой текущей аттестации по дисциплине «Технологии медиапроизводства» учебным планом предусмотрены экзамен и зачет.

При формировании итоговой оценки используется рейтинговая оценка знаний студента. Рейтинговая оценка предусматривает использование весовых коэффициентов для текущего контроля знаний и текущей аттестации студентов по дисциплине.

Примерные весовые коэффициенты, определяющие вклад текущего контроля знаний и текущей аттестации в рейтинговую оценку:

- устные ответы – 10 %;
- подготовка презентации – 20%;
- выполнение творческих заданий – 70 %.

Итоговая отметка по дисциплине рассчитывается на основе оценки текущей успеваемости (рейтинговой оценки) и экзаменационной оценки (оценки на зачете) с учетом их весовых коэффициентов. Оценка по текущей успеваемости составляет 50 %, оценка на экзамене – 50 %.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ДЛЯ УПРАВЛЯЕМОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Тема 9. Эффективное присутствие СМИ в социальных сетях (2 ч. УСР)

Разработать проект аккаунта в Instagram (канала в Telegram) и презентовать его одноклассникам. Студенты представляют творческие проекты в группе с дальнейшим обсуждением. Форма контроля – творческое задание.

Тема 14. Технология создания радиопрограммы на современном этапе (4 ч. ДО)

Представить к защите радиопрограммы и подкасты, созданные в малых группах. Студентам необходимо сформировать творческий коллектив для создания радиопрограммы, распределить профессиональные обязанности, сформулировать идею и тему программы, написать сценарный план, определить источники информации, работать со звукозаписывающей техникой, смонтировать радиопрограмму, подготовить ее для выхода в эфир, оценить качество звука, музыкальное оформление, композицию, творческий характер журналистских материалов, культуру речи. Форма контроля – творческое задание.

Тема 17. Телевизионная программа: методика создания, основные этапы работы (6 ч. УСР)

Представить к защите телевизионные программы, созданные в малых группах. Студентам необходимо разработать идею и концепцию программы, собрать материал, написать сценарий, выполнить съемку и монтаж, подготовить программу к выходу в эфир. Форма контроля – творческое задание.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Студентам предлагается подготовить *презентации* по следующим темам:

1. Принципы работы систем управления контентом (на примере WordPress)
2. Дизайн интернет-издания: приоритеты визуального имиджа
3. Заголовки в интернет-СМИ, основные формулы их создания. Кликбейт-заголовки
4. Современные мультимедийные форматы и сервисы для их создания
5. Платформа *Instagram* в работе журналиста
6. Правила производства видеоконтента для платформы *YouTube*.
7. Медиаграмотность и информационная культура. Способы верификации информации.
8. Технологии искусственного интеллекта в журналистике.

Студентам предлагается также подготовить следующие *творческие задания*:

1. Предложить собственную модель развития редакции газеты (на выбор) в цифровой среде. Выделить внешние факторы, влияющие на развитие процесса конвергенции. Разработать стратегию использования видео- и аудиоконтента на сайте. Предложить новые модели организации работы редакции. Разработать модель монетизации.

2. Разработать концепцию создания аккаунта редакции в *Instagram*. Предложите различные способы брендинга сообщества. Создать стратегию ведения аккаунта. Определить основные способы продвижения.

Выявить параметры таргетирования для целевой аудитории. Покажите на примерах, как белорусские СМИ используют Instagram в своей деятельности.

3. Предложить несколько вариантов дизайна сайта интернет-СМИ. Обратить внимание на такие элементы, как цветовая гамма, логотип, навигационное меню, колонки, информационные блоки, виджеты. Определить основные критерии оценки юзабилити. Продумать различные сценарии взаимодействия пользователя с сайтом.

ОПИСАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПОДХОДОВ И МЕТОДОВ К ПРЕПОДАВАНИЮ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (ЭВРИСТИЧЕСКИЙ, ПРОЕКТИВНЫЙ, ПРАКТИКО- ОРИЕНТИРОВАННЫЙ)

При организации образовательного процесса используются:

1) *эвристический подход*, который предполагает:

- осуществление студентами лично-значимых открытий окружающего мира;
- демонстрацию многообразия решений большинства профессиональных задач и жизненных проблем;
- творческую самореализацию обучающихся в процессе создания образовательных продуктов;
- индивидуализацию обучения через возможность самостоятельно ставить цели, осуществлять рефлексию собственной образовательной деятельности.

2) *практико-ориентированный подход*, который предполагает:

- освоение содержания образования через решения практических задач;
- приобретение навыков эффективного выполнения разных видов профессиональной деятельности;
- ориентацию на генерирование идей, реализацию групповых студенческих проектов, развитие предпринимательской культуры;
- использованию процедур, способов оценивания, фиксирующих сформированность профессиональных компетенций.

3) *метод проектного обучения*, который предполагает:

- способ организации учебной деятельности студентов, развивающий актуальные для учебной и профессиональной деятельности навыки планирования, самоорганизации, сотрудничества и предполагающий создание собственного продукта;
- приобретение навыков для решения исследовательских, творческих, социальных, предпринимательских и коммуникационных задач.

4) *метод учебной дискуссии*, который предполагает участие студентов в целенаправленном обмене мнениями, идеями для предъявления и/или согласования существующих позиций по определенной проблеме. Использование метода обеспечивает появление нового уровня понимания изучаемой темы, применение знаний (теорий, концепций) при решении проблем, определение способов их решения.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

1. Изучение дисциплины студентам необходимо начинать со знакомства с учебно-программными материалами.

2. Для организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Технологии медиапроизводства» следует использовать современные информационные ресурсы на образовательном портале БГУ: методические указания к практическим занятиям, задания, список рекомендуемой литературы.

3. Студентам в процессе изучения курса рекомендуется регулярно знакомиться с примерами журналистских материалов отечественных и зарубежных изданий.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ

1. Основные этапы производства периодических изданий. Технология выпуска номера газеты.

2. Редакционный коллектив. Особенности состава редакций периодических изданий разных типов.

3. Функции редактора и его заместителей. Редактор и издатель. Редактор и коллектив редакции.

4. Творческий персонал. Редакционное задание в производственном процессе. Творческие отделы

5. Техническая часть редакции: назначение, основные сотрудники и их функции

6. Система редакционного планирования. Виды планов и их особенности.

7. Корректурa в газете и журнале. Ее особенности и организация на разных стадиях газетного производства.

8. Композиционно-графическая модель газеты. Ее роль в формировании внешнего облика издания.

9. Современные тенденции дизайна и оформления печатных СМИ.

10. Специфика медиапроизводства печатных СМИ в условиях конвергенции

11. Становление и развитие интернет-журналистики Республики Беларусь, ее свойства и периодизация

12. Профессиональная и гражданская интернет-журналистика: сходства и различия. Пользовательский контент

13. Особенности новостного медиапотребления

14. Понятие конвергенции. Развитие конвергентных технологий в редакциях белорусских медиа

15. Принципы работы систем управления контентом (на примере *WordPress*)

16. Дизайн интернет-издания: приоритеты визуального имиджа

17. Производство медиаконтента в цифровой среде. Содержательная модель интернет-издания
18. Приемы создания заголовков.
19. Медiateкст в цифровой среде.
20. Современные мультимедийные форматы и сервисы для их создания
21. Правила производства видеоконтента для платформы *YouTube*
22. Инфографика и журналистика данных
23. Лонгрид как формат визуализации. Сторителлинг
24. Социальные медиа как инструмент веб-журналистики
25. Современные стратегии медиапроизводства в социальных сетях
26. Критерии оценки эффективности SMM
27. Платформа Instagram в работе журналиста
28. Типичные ошибки продвижения контента в социальных медиа
29. Мессенджер Telegram в работе журналиста
30. Приемы поискового продвижения сайта. Адаптация контента для поисковых систем
31. Инструменты медийной аналитики (Google Analytics, «Яндекс.Метрика»)
32. Рекомендательные системы и принципы их работы (на примере Google Discover)
33. Медиаграмотность и информационная культура. Способы верификации информации.
34. Мобильная журналистика, ее особенности
35. Региональные СМИ Республики Беларусь в цифровой среде
36. Монетизация СМИ и развитие новых бизнес-моделей.
37. Продвижение сайта. Маркетинговые стратегии интернет-СМИ.
38. Белорусские интернет-СМИ в контексте государственного регулирования
39. Технологии искусственного интеллекта в цифровой журналистике.
40. Перспективные тенденции развития медиа

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Основные этапы развития техники радио.
2. Развитие радиовещания в Беларуси.
3. Структура вещательной системы.
4. Радиовещательные диапазоны: общая характеристика, особенности.
5. Цифровое радиовещание: обзор основных форматов.
6. Радиостанция: виды студий и аппаратных.
7. Радиостудия: типовое оборудование, назначение.
8. Технология создания радиопрограммы: основные этапы.
9. Микрофон: классификация, принцип действия.
10. Основные технические характеристики громкоговорителей.
11. Особенности различных способов звукозаписи.
12. История развития техники телевидения.

13. Этапы развития телевидения в Беларуси.
14. Основы физических процессов телевидения.
15. Телецентр как аппаратно-студийный комплекс.
16. Типовое оборудование телевизионной студии.
17. Передвижные телевизионные станции, их функциональные возможности.
18. Видеокамера: форматы видеозаписи, основные технические характеристики, принцип действия.
19. Этапы работы над телевизионным сюжетом.
20. Основные элементы телевизионного сюжета.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу с указанием даты и номера протокола
Технологии создания медиатекстов	Кафедра периодической печати и веб-журналистики	Предложений нет	Замечаний нет (протокол № 13 от 31.05.2022)

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ ПО
ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
_____ (протокол № ____ от _____ 202_ г.)

Заведующий кафедрой

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
