




**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
ФГБОУ ВО «ИГУ»

**Кафедра европейских языков**

УТВЕРЖДАЮ:

Директор МИЭЛ  О.В. Архипкин

« 22 » апреля 2026 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Наименование дисциплины	<b>Б1.В.ДВ.01.01 Медиапроизводство / Media Production</b>
Направление подготовки	<b>45.04.02 Лингвистика</b>
Направленность подготовки	Проектирование цифрового лингвистического образовательного контента / Digital Linguistic Educational Content Design»
Квалификация выпускника –	магистр
Форма обучения	очная с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

Согласовано с УМК МИЭЛ ИГУ:

Рекомендовано кафедрой:

Протокол № 3 от « 23 » марта 2026 г.

Протокол № 7 от «10» марта 2026 г.

Председатель

  
Е. В. Крайнова

Зав. кафедрой

  
И. С. Шильникова

Иркутск 2026 г.

## Содержание

	стр.
I. Цели и задачи дисциплины	3
II. Место дисциплины в структуре ОПОП.	3
III. Требования к результатам освоения дисциплины	3
IV. Содержание и структура дисциплины	5
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов	5
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	6
4.3 Содержание учебного материала	8
4.3.1 Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ	9
4.3.2. Перечень тем, выносимых на самостоятельное изучение в рамках самостоятельной работы студентов	10
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	10
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)	14
V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	14
а) перечень литературы	14
б) периодические издания	14
в) список авторских методических разработок	14
г) базы данных, поисково-справочные и информационные системы	14
VI. Материально-техническое обеспечение дисциплины	14
6.1. Учебно-лабораторное оборудование:	14
6.2. Программное обеспечение:	15
6.3. Технические и электронные средства обучения:	16
VII. Образовательные технологии	16
VIII. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации	17

## I. Цели и задачи дисциплины:

**Цель освоения дисциплины:** является подготовка обучающихся к пониманию и активному участию в процессах медиапроизводства, а также формирование у учащихся навыков критического мышления и медиакоммуникативных умений.

### Задачи:

- Обучение основам теории медиа и процессов медиапроизводства.
- Развитие умений анализировать медиатексты и выявлять факты и манипуляции.
- Создавать медиапроекты (от идеи до реализации).
- Познакомить с правовыми и этическими аспектами медиадеятельности

## II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Учебная дисциплина «Медиапроизводство» относится к вариативной части программы. Студенты изучают ее на 2 курсе на 3 семестре. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: «Онлайн-продвижение образовательного продукта», «Цифровая лингвистика и цифровые образовательные технологии», «Оценочное проектирование». При изучении дисциплины у обучающегося должны быть сформированы навыки работы с информационными системами и навыки работы на компьютере.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: «Производственная практика», «Преддипломная практика».

## III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки 45.03.02 «Лингвистика»

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ПК-2 Способен разрабатывать учебно-методическое обеспечение учебного процесса, включая программы развития образовательной организации в целях создания безопасной и комфортной образовательной среды.	<b>ИДК<sub>ПК2.1</sub></b> -Владеет формами и методами обучения, в том числе выходящими за рамки учебных занятий: проектная деятельность, внеаудиторные мероприятия. <b>ИДК<sub>ПК2.1</sub></b> – Разрабатывает и применяет современные психолого-педагогические технологии, основанные на знании законов развития личности и поведения в реальной и виртуальной среде.	<b>ИДК<sub>ПК2.1</sub></b> Знать: основные современные формы и методы обучения  Уметь: выбирать необходимые формы и методы обучения в соответствии с уровнем подготовки обучающихся.  Владеть: основными формами и методами необходимыми для проектной деятельности в профессиональной и академической среде.  <b>ИДК<sub>ПК2.1</sub></b>

		<p>Знать: основные психолого-педагогические технологии с учетом особенностей возраста обучающихся.</p> <p>Уметь: применять в профессиональном сфере законы развития личности и поведения в виртуальной среде.</p> <p>Владеть: навыками разработки современных психолого-педагогических технологий.</p>
<p>ПК-3 демонстрирует уверенное владение ИКТ-компетенциями</p>	<p><b>ИДК<sub>пк3.1</sub></b> – использует ИКТ для организации образовательного процесса, коммуникации и ведения документации.</p> <p><b>ИДК<sub>пк3.2</sub></b> – владеет специализированным программным обеспечением и цифровыми ресурсами в соответствии с преподаваемым предметом.</p>	<p><b>ИДК<sub>пк3.1</sub></b> Знать: ИКТ для организации образовательного процесса</p> <p>Уметь: использовать ИКТ для создания процесса коммуникации и ведения документации</p> <p>Владеть: технологиями использования ИКТ в образовательном процессе</p> <p><b>ИДК<sub>пк3.2</sub></b> Знать: специализированное программное обеспечение и цифровые ресурсы Уметь: применять на практике специализированное программное обеспечение и цифровые ресурсы по преподаваемому предмету</p> <p>Владеть: специализированным программным обеспечением и цифровыми ресурсами</p>

#### IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Из них реализуется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий 16 часов.

Из них 22 часа – практическая подготовка.

Форма промежуточной аттестации: 3 семестр – зачет

4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов

№ п/н	Раздел дисциплины/тема	Семестр	Всего часов	Из них практическая подготовка обучающихся	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обуча- ющихся, практическую подготовку и трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа	Формы теку- щего кон- троля успева- емости; Форма про- межуточной аттестации (по семест- рам)
					Контактная работа преподавателя с обучающимися				
					Лекции	Семинарские/ практические	Консультации		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Основы медиатехнологий	3	24	3		4		20	Устный опрос
2	Цифровые платформы и медиатехнологии	3	24	3		4		20	Устный опрос

3.	Аудитория и ее значение для медиа.	3	24	3		4		20	Устный опрос
4.	Искусственный интеллект (ИИ) в медиа.	3	24	3		4		20	Устный опрос
5.	Технологические процессы медиапроизводства.	3	24	3		4		20	Устный опрос
6.	Безопасность и этика в цифровом медиапроизводстве.	3	16	3		2		14	Устный опрос
<b>Итого за 2 семестр 144</b>			<b>136</b>	<b>18</b>		<b>22</b>		<b>114</b>	

#### 4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
<b>3 семестр</b>						
3	Основы медиатехнологий.	Работа с рекомендованными учебными пособиями	1 неделя	20	Устный опрос	По разделу V рабочей программы
3	Цифровые платформы и медиатехнологии.	Работа с рекомендованными учебными пособиями	1 неделя	20	Устный опрос	По разделу V рабочей программы
3	Аудитория и ее значение для медиа.	Работа с рекомендованными учебными пособиями	1 неделя	20	Устный опрос	По разделу V рабочей программы
3	Искусственный интеллект (ИИ) в медиа.	Практическая работа	1 неделя	20	Устный опрос	По разделу V рабочей программы
3	Технологические процессы медиапроизводства.	Практическая работа	1 неделя	20	Устный опрос	По разделу V рабочей программы

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
3	Безопасность и этика в цифровом медиапроизводстве.	Работа с рекомендованными учебными пособиями	1 неделя	14	Устный опрос	По разделу V рабочей программы
Общий объем самостоятельной работы по дисциплине (час)				<b>114</b>		
<b>Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)</b>				<b>16</b>		

## **4.3 Содержание учебного материала**

### **4.3.1. Основы медиатехнологий**

Знакомство с фундаментальными понятиями медиакommunikаций и рассмотрение роли современных технологий в медиапроизводстве. Анализ изменений в медиатехнологиях, от традиционных методов до новейших цифровых форматов. Обзор эволюции профессий в медиа, включая новые специализации, появившиеся в результате технологического прогресса. Изучение и знакомство с современными методами печати, отличия их от традиционных подходов. Освоение техник создания и верстки печатных материалов, включая типографские особенности. Рассмотрение технических аспектов звукозаписи и радиовещания, ключевые технологии и их применение в индустрии. Анализ этапов создания видеоконтента, включая планирование, съемку и постпродакшн. Изучение особенностей создания видеоконтента для социальных сетей, стриминговых сервисов и мессенджеров. Обсуждение различных ролей внутри медиакоманд, включая задачи и ответственность каждого участника процесса.

### **4.3.2. Цифровые платформы и медиатехнологии**

Знакомство с современными цифровыми платформами и новыми медиа, которые реформируют ландшафт современных коммуникаций. Изучение ключевых тенденций и инноваций, которые открывают новые возможности для взаимодействия аудитории с контентом. Рассмотрение эволюции цифровых платформ, от первых веб-сайтов до многофункциональных приложений и социальных сетей, подчеркивая их роль в расширении границ медиaprостранства. Особое внимание уделяется использованию мессенджеров как эффективных инструментов медиапроизводства. Обсуждение интеграции печатных и электронных медиа в структуры современных медиахолдингов.

### **4.3.3. Аудитория и ее значение для медиа.**

Изучение демографических и психографических характеристик аудитории для лучшего понимания их потребностей и предпочтений в медиаконтенте. Обзор различных количественных и качественных методов оценки аудитории, включая анализ данных и опросы, для измерения эффективности медиапродуктов. Сравнение аудиторий традиционных и цифровых медиаплатформ для выявления уникальных трендов и предпочтений, специфичных для каждой платформы. Рассмотрение различных стратегий и техник продвижения контента, включая SEO, контент-маркетинг и социальные медиа, для повышения вовлеченности и лояльности аудитории.

### **4.3.4. Искусственный интеллект (ИИ) в медиа**

Изучение возможностей искусственного интеллекта в создании медиаконтента, включая автоматизированное написание текстов, генерацию изображений и видео, а также его влияние на креативные процессы в медиаиндустрии. Рассмотрение юридических аспектов использования ИИ в медиапроизводстве, включая вопросы авторских прав на контент, созданный с помощью ИИ, и ответственность за такой контент. Анализ последних технологий в медиа, таких как дипфейки и автоматическое генерирование новостей роботами, их потенциальное влияние на достоверность и этические нормы в журналистике. Обсуждение методов data-журналистики, которая использует данные и аналитические инструменты для создания глубоких и подробных репортажей, улучшая информированность и вовлеченность аудитории. Исследование различных способов использования баз данных для улучшения качества и релевантности медиаконтента, включая персонализацию и таргетирование аудитории. Работа с открытыми данными для создания медиапроектов, включая анализ данных, визуализацию и рассказывание историй на основе данных

### 4.3.5. Технологические процессы медиапроизводства

Изучение техники эффективного написания текстов для различных медиаформатов, включая статьи, блоги и скрипты, а также углубление в освоение различных стилей письма и структурирования контента. Обучение процессу записи, редактирования и микширования аудио, а также использованию разнообразного оборудования и программного обеспечения для создания аудиоматериалов, таких как подкасты и радиопередачи. Рассмотрение этапов создания видео, включая предпроизводственную подготовку, съемку, монтаж и постпродакшн с акцентом на важность идеи, сценария. Изучение технических и творческих аспектов фотографии, включая работу с камерой, композицию изображения и постобработку, а также применение различных жанров фотографии в медиа. Обучение созданию анимации, а также интеграция анимации в мультимедийные проекты. Разработка навыков графического дизайна для создания визуальных элементов и исследование влияния визуальной составляющей на восприятие контента. Разработка интерактивных медиаформатов, включая интерактивные карты и таймлайны, с использованием современных инструментов и методов для создания интерактивных элементов. Анализ лонгридов и изучение методов интеграции текста, изображений, видео и интерактивных элементов для создания глубоких и увлекательных рассказов.

### 4.3.6. Безопасность и этика в цифровом медиапроизводстве

Изучение того, как компании собирают, хранят и используют личные данные, с акцентом на разработку стратегий защиты конфиденциальности пользователей. Изучение текущих методов защиты данных и правовых требований к обработке личной информации. Обзор юридических рамок, которые регулируют медиаиндустрию. Изучение авторских прав, лицензирования контента и ответственности за его распространение. Анализ этических дилемм и вызовов, с которыми сталкиваются создатели контента, включая предвзятость и манипуляцию информацией, подчеркивая важность поддержания этических стандартов в создании и распространении медиа. Изучение технологий и методик, необходимых для защиты цифровой информации от несанкционированного доступа и кибератак. Обучение основам кибербезопасности, с особым вниманием к защите персональных данных.

Подготовка и проведение итоговой презентации, где участники демонстрируют свои проекты, разработанные на основе знаний и навыков, приобретенных в ходе курса.

#### 4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ Раздела и темы	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)		Оценочные средства	Формируемые компетенции (индикаторы)*
			Всего часов	Из них практическая подготовка		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	Основы медиатехнологий	4	3	Устный опрос	ОПК-6 ИДК ОПК-6.1  ОПК-7 ИДК ОПК-7.1
2	2	Цифровые платформы и медиатехнологии	4	3	Устный опрос	ОПК-6 ИДК ОПК-6.1  ОПК-7

						ИДК ОПК-7.1
3	3	Аудитория и ее значение для медиа.	4	3	Устный опрос	ОПК-6 ИДК ОПК-6.1  ОПК-7 ИДК ОПК-7.1
4	4	Искусственный интеллект (ИИ) в медиа	4	3	Устный опрос	ОПК-6 ИДК ОПК-6.1  ОПК-7 ИДК ОПК-7.1
5	5	Технологические процессы медиапроизводства	4	3	Устный опрос	ОПК-6 ИДК ОПК-6.1  ОПК-7 ИДК ОПК-7.1
6	6	Безопасность и этика в цифровом медиапроизводстве	2	3	Устный опрос	ОПК-6 ИДК ОПК-6.1  ОПК-7 ИДК ОПК-7.1
	<b>Всего</b>		<b>22</b>	<b>18</b>		

#### 4.3.2. Перечень тем, выносимых на самостоятельное изучение в рамках самостоятельной работы студентов

№ п/н	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	2	3	4	5
4	Искусственный интеллект (ИИ) в медиа.	Подготовка доклада на тему: «Виртуальное пространство и интернет технологии»	ОПК-6 ОПК-7	ИДК <sub>ОПК6.1</sub> ИДК <sub>ОПК7.1</sub>
5	Технологические процессы медиапроизводства.	Подготовка медиапроекта по одной из тем школьной программы.	ОПК-6 ОПК-7	ИДК <sub>ОПК6.1</sub> ИДК <sub>ОПК7.1</sub>
6	Безопасность и этика в цифровом медиапроизводстве.	Подготовка доклада «Современные этические проблемы медиапроизводства»	ОПК-6 ОПК-7	ИДК <sub>ОПК6.1</sub> ИДК <sub>ОПК7.1</sub>

#### 4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студен-

### Методы работы с литературой.

При подготовке индивидуального задания студентам рекомендуется обращаться к учебной и популярной литературе, рекомендованной преподавателем. По книгам из списка литературы к данной программе студенты имеют возможность эффективно готовиться к занятиям. Учебный материал, представленный в учебниках, изложен доступным, ясным языком. В тексте каждой темы содержится большое количество примеров речевого поведения. Задания, находящиеся в конце каждой темы, стимулируют студентов на поиск нужной информации как в основном учебном пособии, так и в других источниках по компьютерной лингвистике и применению информационных технологий в лингвистике. Работа с литературой помогает формировать навыки самостоятельной работы студентов и проводится по продуманной системе учебно-логических задач: найти ответы на проблемные вопросы, составить план-конспект по теме, подобрать дополнительный материал, составить глоссарий основных научных понятий, сделать аналитическую выборку новой научной информации. Для успешного освоения программы по дисциплине «Цифровая лингвистика» студентам необходимо обращаться к словарям (толковому, орфографическому, фразеологическому).

### Доклад с мультимедийной презентацией

Доклад – это вид самостоятельной научно-исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. В докладе соединяются три качества исследователя: умение провести исследование, умение преподнести результаты слушателям и квалифицированно ответить на вопросы. Отличительной чертой доклада является научный, академический стиль. Можно выделить следующие этапы работы над докладом:

- Подбор и изучение основных источников по теме (не менее 8-10 источников).
- Обработка и систематизация материала. Подготовка выводов и обобщений.
- Разработка плана доклада.
- Написание.
- Публичное выступление с результатами исследования.

Общая структура доклада может быть следующей:

1. Формулировка темы исследования (она должна быть не только актуальной, но и оригинальной, интересной по содержанию).
2. Актуальность исследования (чем интересно направление исследований, в чем заключается его важность, какие ученые работали в этой области, каким вопросам в данной теме уделялось недостаточное внимание, почему студентом выбрана именно эта тема).
3. Цель работы (в общих чертах соответствует формулировке темы исследования и может уточнять ее).
4. Задачи исследования (конкретизируют цель работы, «раскладывая» ее на составляющие).
5. Гипотеза (научно обоснованное предположение о возможных результатах исследовательской работы). Формулируется в том случае, если работа носит экспериментальный характер.
6. Методика проведения исследования (подробное описание всех действий, связанных с получением результатов).
7. Результаты исследования. Краткое изложение новой информации, которую получил исследователь. Полезно привести основные количественные показатели и продемонстрировать их на используемых в презентации графиках и диаграммах.
8. Выводы исследования. Умозаключения, сформулированные в обобщенной, конспективной форме. Они кратко характеризуют основные полученные результаты и выявленные тенденции.

Продолжительность выступления обычно не превышает 10-15 минут.

При подготовке мультимедийной презентации студенты должны руководствоваться следующими требованиями:

1. Требования к содержанию информации
  - Заголовки должны привлекать внимание аудитории
  - Слова и предложения – короткие
  - Временная форма глаголов – одинаковая
  - Минимум предлогов, наречий, прилагательных
2. Требования к расположению информации
  - Горизонтальное расположение информации
  - Наиболее важная информация в центре экрана
  - Комментарии к картинке располагать внизу
3. Требования к шрифтам
  - Размер заголовка – не менее 24 пунктов, остальной информации – не менее 18 пунктов
  - Не более 2-3 типов шрифтов в одной презентации
  - Для выделения информации использовать начертание: полужирный шрифт, курсив или подчеркивание
4. Способы выделения информации
  - Рамки, границы, заливка
  - Различный цвет шрифта, ячейки, блока
  - Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов
  - Цвета для фона и шрифта должны контрастировать, например, фон — светлый, а шрифт – темный, или наоборот
5. Объем информации и требования к содержанию
  - На одном слайде не более трех фактов, выводов, определений
  - Ключевые пункты отражаются по одному на каждом отдельном слайде
  - Не стоит вставлять в презентации большие таблицы

#### **Решение ситуационной задачи**

Работая над ситуационной задачей, следует придерживаться следующих рекомендаций:

1. Выпишите из соответствующих разделов учебной дисциплины ключевые идеи, для того, чтобы освежить в памяти теоретические концепции и подходы, которые Вам предстоит использовать при анализе ситуационной задачи.

2. Бегло прочтите ситуационную задачу, чтобы составить общее представление.

3. Внимательно прочтите вопросы к ситуационной задаче и убедитесь в том, что Вы хорошо поняли, что Вас просят сделать.

4. Вновь прочтите текст ситуационной задачи, внимательно фиксируя все факторы или проблемы, имеющие отношение к поставленным вопросам.

5. Определите, какие идеи и концепции соотносятся с проблемами, которые Вам предлагается рассмотреть.

Общее правило работы с ситуационной задачей— нельзя использовать информацию, которая находится «за рамками». Например, если студент нашел информацию из каких-либо источников о той самой компании, проблемы которой описаны в задании, факты из нее брать запрещено, поскольку менеджер, принимающий решение, обладает только той информацией, которая представлена в задании. Иногда, наоборот, студенту может быть предоставлена возможность добавить факты из конкретной рыночной ситуации, существовавшей в рассматриваемый период времени. В таких случаях во внимание должна приниматься эрудиция студента и степень владения материалом.

Решение ситуационной задачи стимулирует такие качества, как умение сформулировать ответы, не допустить ошибок в расчетах и т.д. Отвечая на вопросы к задаче, следует

избегать простого повторения информации из текста, информация должна быть представлена в переработанном виде. Самым важным при этом является собственный анализ представленного материала, его соответствующая интерпретация и сделанные предложения.

## Подготовка медиапроекта

### 1. Выбор и формулировка темы

Выберите узкую тему в рамках предложенной области.  
Пример: вместо «Экология» → «Как сократить пищевые отходы в городе». Сформулируйте проблему, которую будет решать проект.  
Вопрос: какая потребность аудитории существует? Определите цель и задачи проекта (например: информировать, изменить поведение, создать сообщество).

### 2. Анализ аудитории

Кто целевая аудитория? (возраст, интересы, география, уровень осведомлённости).  
Какие каналы коммуникации она использует? (соцсети, YouTube, Telegram, подкасты). Какой контент ей интересен? (статьи, видео, инфографика, интервью).

### 3. Выбор формата и платформы

Выберите один или несколько форматов в зависимости от ресурсов и целей:

Текстовый блог / Telegram-канал — быстро, легко, подходит для аналитики.

YouTube / Rutube — видео-эссе, интервью, влоги.

Подкаст — глубокие разговоры, удобно для фонового прослушивания.

Соцсети (VK, Instagram\*) — короткие посты, Stories, Reels.

Сайт / лендинг — для долгосрочного присутствия и сбора базы.

### 4. Контент-план и рубрикатор

Составьте сетку публикаций на 1–3 месяца.

Рубрики: например, «Разбор», «Гость», «Лайфхак», «Новости».

Частота: определите реалистичный график (1–3 раза в неделю).

Темы постов: привяжите к ключевым вопросам вашей темы.

### 5. Ресурсный план

Люди: кто делает проект (журналист, редактор, дизайнер, SMM-менеджер).

Бюджет: съёмка, оборудование, софт, реклама.

Инструменты: видеоредакторы (Adobe Premiere, CapCut), графические редакторы (Canva, Figma), мессенджеры для коммуникации.

### 6. Производство контента

Алгоритм для каждого материала:

Сбор информации — поиск фактов, экспертов, визуальных материалов.

Создание — написание текста, съёмка, запись звука.

Редактура и постпродакшн — монтаж, проверка фактов, дизайн.

Публикация — адаптация под каждую платформу (хэштеги, обложки, анонсы).

### 7. Продвижение и дистрибуция

Кросс-постинг — публикация в нескольких соцсетях.

Взаимодействие с аудиторией — опросы, комментарии, обратная связь.

Коллаборации — с другими блогерами, экспертами, медиа.

Платное продвижение — таргет, если есть бюджет.

### 8. Оценка эффективности

Определите метрики:

Количественные: охваты, просмотры, подписчики, ER (вовлечённость).

Качественные: комментарии, упоминания, обратная связь от аудитории, достижение цели (например, количество скачиваний гайда).

### 9. Презентация проекта

Если проект учебный или защищается перед заказчиком:

Подготовьте презентацию (проблема, аудитория, формат, примеры контента, результаты).  
Сделайте тизер (короткое видео или подборка лучших материалов).  
Покажите аналитику (цифры, выводы, планы на развитие).

**4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)** *Курсовые работы не предусмотрены*

## **V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **а) перечень литературы**

#### **Основная литература:**

1. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11564-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587676> (дата обращения: 23.03.2026).
2. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 182 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18905-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586107> (дата обращения: 23.03.2026).
3. Wolfsfeld, Gadi. Media and the Path to Peace / G. Wolfsfeld. - Cambridge : Cambridge University Press, 2004. - 271 p. ; 23 cm см. - (Communication, Society and olitics). - Библиогр.:с.247-254 . -Указ.:с. 255-271. - ISBN 0-521-53862-9 : 1254.00 p. - Текст : непосредственный. (1 экз.)

#### **б)Дополнительная литература:**

1. Антонов, К. А. Телевизионные новости в массово-коммуникационном процессе: социологический анализ механизмов социально-политического конструирования : научное издание / К. А. Антонов ; Кемеровский гос. ун-т, Каф.социол. наук. - Кемерово : Фирма Полиграф, 2006. - 282 с. ; 20 см. - Библиогр.: с. 274-281. - ISBN 5-8353-0194-4 : 100.00 p. 1 экз.
2. Акимов, В. Б. Техника и технология медиапроизводства : учеб.пособие / В. Б. Акимов. - СПб. : Изд-во СПбГУП, 2012. - 97 с. : [2] вкл. л. цв. ил. ; 20 см. - (Библиотека гуманитарного университета ;вып. 45). - Библиогр.: с. 97. - ISBN 978-5-7621-0651-1 : 239.21 p. 1 экз.

#### **в) список авторских методических разработок**

Список авторских методических разработок размещен на образовательном портале ИГУ educa по курсу «Медиапроизводство».

#### **г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

1. [Образовательный портал «ИГУ»](https://educa.isu.ru) <https://educa.isu.ru>
2. <https://urait.ru/>
3. [ЭБС Лань](#)

## **VI.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Учебно-лабораторное оборудование:**

Для реализации данной дисциплины используется специальное помещение – учебная аудитория для проведения семинарских и практических занятий, оборудованная на 20 посадочных мест, укомплектованная специализированной

учебной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации:

- Экран настенный – ScreenMedia 180x180, проектор– BenQ MX661,
- ноутбукAsusX59SL (IntelCore2Duo).
- ПО – MicrosoftOfficeProfessional Plus 2010.

Так же имеется аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций, помещение для самостоятельной работы, оснащенные компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронно-информационную среду ФГБОУ ВО «ИГУ» – Образовательный портал ИГУ – educa.isu.ru

### 6.2. Программное обеспечение:

Наименование программного продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО (Лицензия, Договор, счёт, акт или иное)	Дата выдачи лицензии	Срок действия права пользования
Право на использование Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition (ежегодно обновляемое ПО)	32	Сублицензионный договор №03-278-2019 от 25.11.2019	27.11.2019	2 года
WinRAR	2	Государственный контракт № 04-175-12 от 26.11.2012	25.12.2012	бессрочно
7zip (ежегодно обновляемое ПО)	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: <a href="https://www.7zip.org/license.txt">https://www.7zip.org/license.txt</a>	Условия правообладателя	7zip (ежегодно обновляемое ПО)
Acrobat Reader DC (ежегодно обновляемое ПО)	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: <a href="https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader/volume-distribution.html">https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader/volume-distribution.html</a>	Условия правообладателя	бессрочно
Foxit PDF Reader 8.0 (ежегодно обновляемое ПО)	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: <a href="https://www.foxitsoftware.com/products/pdf-reader/eula.html">https://www.foxitsoftware.com/products/pdf-reader/eula.html</a>	Условия правообладателя	бессрочно
Google Chrome (ежегодно обновляемое ПО)	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: <a href="https://www.google.ru/chrome/browser/privacy/eula_text.html">https://www.google.ru/chrome/browser/privacy/eula_text.html</a>		

### 6.3. Технические и электронные средства обучения:

Электронные средства обучения по дисциплине «Медиапроизводство» размещены на образовательном портале ИГУ educa.

## VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

### Наименование тем занятий с указанием форм/методов/технологий дистанционного, интерактивного обучения

По данному направлению подготовки, реализация компетентностного подхода предусматривает использование при проведении занятий активных и интерактивных формы проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Обучение по данной учебной дисциплине проходит с использованием таких личностно-ориентированных педагогических технологий, как:

- работа в сотрудничестве,
- разноуровневое обучение.

Активные методы обучения включают в себя любые способы, приемы, инструменты разработки, проведения и совершенствования процесса обучения, которые отвечают важнейшему требованию: сотрудничеству обучающихся и преподавателя в планировании и реализации всех этапов процесса обучения.

Интерактивная деятельность предполагает организацию и развитие диалогового общения, которое ведёт к взаимопониманию, взаимодействию, к совместному решению общих, но значимых для каждого участника задач. На занятиях организуются индивидуальная, парная и групповая работа, творческие работы.

При осуществлении самостоятельной работы слушателей по дисциплине «Медиапроизводство» широко используются информационные технологии, такие как:

- **Проектно-ориентированные технологии (Project-Based Learning).** Это основа медиаобразования. Студенты учатся, создавая реальный продукт.
- **2. «Реальная редакция» (Real-world workflow):** имитация работы медиахолдинга. Группа делится на отделы (продюсерский, операторский, монтажный, SMM-отдел). Студенты проходят полный цикл: от предпродакшна (питчинг идей) до постпродакшна и дистрибуции.
- **Кейс-метод (Case Study):** разбор успешных и провальных медиапроектов (например, ребрендинг канала, провал релиза, антикризисные PR-коммуникации). Акцент делается на метриках (охваты, удержание аудитории, ROI).
- **Продуктовый семестр:** в течение семестра команда работает над одним сквозным проектом (например, выпуск пилотного выпуска ток-шоу или запуск ruTube-канала), защищая его перед внешними экспертами из индустрии.

№ п/н	Тема занятия	Вид занятия	Форма/методы/технологии дистанционного, интерактивного обучения	Количество часов
1	2	3	4	5
1	Основы медиатехнологий	СРС	Работа с интернет источниками	2

2	Цифровые платформы и медиатехнологии	СРС	Работа с интернет источниками и игра	2
3	Аудитория и ее значение для медиа.	СРС	Имитация реального медихолдинга	2
4	Искусственный интеллект (ИИ) в медиа	СРС	Доклад с презентацией	2
5	Технологические процессы медиапроизводства	СРС	Проект	4
6	Безопасность и этика в цифровом медиапроизводстве	СРС	Проект	4
<b>Итого часов:</b>				16

### **VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**Текущий контроль** осуществляется в виде контрольных мероприятий по темам дисциплины – в форме устного опроса во время практических занятий.

**Итоговый контроль** осуществляется в форме зачета в конце 3 семестра. Зачет состоит из устного собеседования по пройденным темам и тестирования.

Устный ответ (систему оценивания см. в таблице оценочных средств).

Устная часть зачета длится из расчета 10 мин. на одного студента.

Тестирование длится 60 мин.

На зачете присутствует один эксперт, преподаватель, который ведет занятия.

#### **Критерии оценивания устного ответа**

<b>Шкала оценивания</b>	<b>Критерии оценивания</b>
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя

3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

## **8.1. Оценочные материалы (ОМ):**

### **8.1.1. Оценочные материалы для текущего контроля**

#### **Вопросы для устного опроса по темам**

##### **Тема 1. Основы медиатехнологий**

1. Каковы ключевые этапы эволюции медиатехнологий (от аналоговых к цифровым) и как каждый из них повлиял на способы производства контента?
2. В чём принципиальная разница между производством линейного (телевидение, кино) и нелинейного (цифровые платформы) медиаконтента с технической и драматургической точек зрения?
3. Опишите полный технологический цикл создания видео-продукта: от предпродакшна до дистрибуции. Какие ключевые решения на каждом этапе определяют итоговое качество?
4. Как понимание основ композиции, цвета и звука в аналоговой эпохе трансформируется в современном цифровом производстве? Приведите примеры.
5. Какие метрики качества (разрешение, битрейт, цветовая глубина) критически важны для разных типов медиа (кинотеатральный показ, стриминг, социальные сети) и почему?

##### **Тема 2. Цифровые платформы и медиатехнологии**

1. Как различаются технические требования и форматы контента для YouTube Shorts, Instagram Reels, TikTok и классического горизонтального видео на видеохостингах? Как это влияет на производственный процесс?
2. В чём заключается специфика работы с алгоритмами рекомендаций (рекомендательные системы) при создании и продвижении контента на разных цифровых платформах?
3. Какие возможности и ограничения накладывают технологии OTT (Over-The-Top) и AVOD / SVOD-модели на производство сериального и несериального контента?
4. Как интеграция (e-commerce) и интерактивных элементов (покупки в один клик, интерактивные опросы) меняет технологию производства контента для платформ?
5. Сравните подходы к управлению правами (DRM) и метаданными на традиционных платформах (ТВ) и современных цифровых сервисах. Почему метаданные стали самостоятельным продуктом?

##### **Тема 3. Аудитория и ее значение для медиа**

1. Какие методы сбора и анализа данных об аудитории (от метрик вовлеченности до глубины просмотра) используются на разных этапах производства контента?
2. Как концепция «фанбаза» (community-driven production) меняет традиционную модель «производитель — потребитель»? Приведите примеры контента, созданного с активным участием аудитории.
3. Какие психографические и поведенческие характеристики современных аудиторий (клиповое мышление, снижение внимания, предпочтение аутентичности) должны учитываться при разработке форматов?
4. Как сегментация аудитории влияет на выбор технологических решений: от цветокоррекции до звукового оформления (например, производство контента для разных возрастных или культурных групп)?

5. Опишите механизмы обратной связи (комментарии, лайки, репосты) как инструмент влияния на медиапроизводство. В каких случаях ориентация на обратную связь улучшает продукт, а в каких — снижает его качество?

#### **Тема 4. Искусственный интеллект (ИИ) в медиа**

1. На каких этапах медиапроизводства (сценарная разработка, пре-продакшн, съёмка, постпродакшн, дистрибуция) сегодня наиболее эффективно применяется ИИ? Приведите конкретные инструменты и кейсы.
2. Каковы этические и юридические риски использования генеративных нейросетей (Midjourney, Sora, генерация голоса и дипфейки) в производстве новостного и художественного контента?
3. Как ИИ-инструменты изменяют роль профессионалов в медиа (операторов, монтажёров, сценаристов)? Какие новые компетенции (например, промпт-инжиниринг) становятся обязательными?
4. Возможно ли полностью автоматизированное производство персонализированного контента (AI-driven dynamic content) и какие технологические ограничения существуют на данный момент?
5. Как алгоритмы машинного обучения используются для предсказания успешности контента (зеленый свет проектам) и каковы риски чрезмерной алгоритмизации креативных решений?

#### **Тема 5. Технологические процессы медиапроизводства**

1. Опишите разницу между традиционным линейным монтажом, нелинейным монтажом (NLE) и облачным (cloud-based) постпродакшном. Как выбор технологии влияет на организацию командной работы?
2. Какие технологические процессы необходимы для организации удалённого (распределённого) медиапроизводства: от съёмок до сведения звука и цветокоррекции?
3. Как внедрение технологий виртуального производства (virtual production, LED-экраны, Unreal Engine) меняет традиционные процессы съёмки и постпродакшна?
4. Какие методы управления проектами (Scrum, Kanban) и инструменты (дашборды, asset-менеджмент) наиболее эффективны для синхронизации работы больших медиакоманд?
5. В чём заключается специфика технологического документооборота (технические карты, скрипты, монтажные листы) в современном медиапроизводстве и как цифровизация упрощает или усложняет контроль качества?

#### **Тема 6. Безопасность и этика в цифровом медиапроизводстве**

1. Какие основные угрозы информационной безопасности существуют на этапах производства и хранения медиафайлов (утечки, взломы, ransomware) и как строится система защиты?
2. Какие этические дилеммы возникают при использовании ИИ для реставрации, изменения изображения или синтеза голоса умерших людей? Должны ли существовать законодательные ограничения?
3. Как обеспечить соблюдение авторских прав и лицензионной чистоты при использовании пользовательского контента (UGC) и материалов, сгенерированных нейросетями?
4. Какие протоколы безопасности и психологической поддержки необходимы при производстве контента, связанного с травматичными темами (журналистские расследования, документалистика)?
5. В чём заключается ответственность медиапроизводителя за влияние контента на уязвимые группы аудитории (дети, люди с ментальными расстройствами) и как технологически реализовать возрастную маркировку и контент-фильтрацию?

### 8.1.3 Оценочные материалы для промежуточной аттестации в форме зачета (3 семестр)

Зачет проходит в форме тестирования и устного опроса.

Тестирование состоит из 35 вопросов. За каждый правильный ответ обучающийся получает 1 балл. Тест длится 60 мин.

**1. Какой этап производства включает в себя написание сценария, раскадровку, подбор локаций и утверждение бюджета?** *(Выберите один вариант)*

- А. Постпродакшн
- В. Продакшн
- С. Предпродакшн
- Д. Дистрибуция

**2. Какие из перечисленных параметров напрямую влияют на качество видеосигнала при цифровом производстве?**

*(Выберите все верные)*

- А. Битрейт
- В. Цветовая глубина
- С. Формат сжатия (кодек)
- Д. Диагональ экрана монитора
- Е. Разрешение

**3. Установите соответствие между типом медиа и его ключевой технологической особенностью:**

*(Сопоставьте)*

- 1. Линейное телевидение
- 2. Стриминговые платформы
- 3. Социальные сети

- А) Адаптивный битрейт и персональные рекомендации
- Б) Жёсткая сетка вещания с фиксированным хронометражем
- В) Вертикальный формат, короткая длина, встроенные инструменты создания

**4. Опишите, как изменился подход к работе со звуком при переходе от аналоговой записи к цифровой. Назовите минимум два ключевых отличия.**

*(Открытый вопрос)*

**5. Почему понимание базовых законов композиции и света остаётся важным даже при использовании автоматических настроек камер и нейросетей?**

*(Краткий ответ)*

**6. Какой формат видео является предпочтительным для алгоритмов TikTok и Instagram Reels с точки зрения органического охвата?**

*(Выберите один вариант)*

- А) Горизонтальный, 16:9, длительностью более 10 минут
- Б) Вертикальный, 9:16, длительностью 15–90 секунд
- В) Квадратный, 1:1, длительностью до 5 минут
- Г) Любой формат, главное — высокий битрейт

**7. Какие из перечисленных элементов являются обязательными для эффективной дистрибуции видео на OTT-платформах (например, IVI, Start, Kion)?**

*(Выберите все верные)*

- Качественные метаданные (название, описание, жанр, актёры)
- Наличие интерактивных ссылок на товары (shoppable video)
- Соблюдение технических спецификаций платформы (кодек, битрейт, формат субтитров)
- Обязательное использование вертикального кадра

**8. Что такое «алгоритмическая лента» (algorithmic feed) и как она влияет на стратегию создания контента для цифровых платформ?**

*(Выберите один вариант)*

А) Это лента, где посты публикуются строго в хронологическом порядке, поэтому важно часто публиковать контент.

Б) Это лента, формируемая на основе поведения пользователя, что требует от создателя контента ориентироваться на удержание внимания и вовлечённость.

В) Это платный инструмент продвижения, позволяющий гарантированно показывать видео в топе.

Г) Это техническое ограничение, не позволяющее публиковать видео длиннее 60 секунд.

**9. Представьте, что вы продюсируете документальный сериал для двух платформ: федерального телеканала и YouTube. Какие технологические и драматургические изменения вы внесёте в версию для YouTube?**

*(Открытый вопрос)*

**10. Оцените по шкале от 1 до 5, насколько важно для медиапроизводителя уметь анализировать аналитику платформы (удержание аудитории, CTR, источник трафика) перед запуском нового формата.**

(1 — совсем не важно, 5 — критически важно)

1  2  3  4  5

**11. Какой показатель лучше всего отражает реальный интерес аудитории к видео на YouTube?**

*(Выберите один вариант)*

А) Количество лайков

Б) Количество подписчиков канала

В) Среднее время просмотра (average view duration)

Г) Количество комментариев

**12. Какие методы изучения аудитории применяются на этапе разработки концепции нового медиапроекта?**

*(Выберите все верные)*

- Глубинные интервью с представителями целевой аудитории
- Анализ комментариев к похожему контенту
- Исключительно интуиция продюсера
- А/В тестирование обложек и трейлеров на малых выборках

**13. Верно ли утверждение: «При производстве контента для молодёжной аудитории (12–18 лет) можно пренебречь профессиональным звуком, так как главное — это визуальная динамика»?**

*(Выберите один вариант)*

- А) Да, молодёжь смотрит видео без звука или на низкой громкости.  
Б) Нет, качество звука напрямую влияет на удержание внимания и восприятие даже в коротких форматах.

**14. Как вы считаете, должен ли создатель контента учитывать пожелания аудитории, выраженные в комментариях, при планировании следующих выпусков? Приведите аргументы «за» и «против».**

*(Развёрнутый ответ)*

**15. Опишите портрет типичного представителя аудитории выбранного вами медиа (например, подкаст о технологиях, развлекательный YouTube-канал, новостной Telegram-канал): возраст, интересы, привычки потребления контента, предпочитаемые устройства.**

*(Открытый вопрос)*

**16. Какие задачи в медиапроизводстве уже сейчас эффективно решаются с помощью ИИ?**

*(Выберите все верные)*

- Автоматическое создание субтитров и расшифровок
- Генерация черновых вариантов сценариев
- Полная замена режиссёра монтажа
- Улучшение качества изображения (upscale, шумоподавление)
- Анализ тональности комментариев

**17. Какой этический риск связан с использованием технологии «дипфейк» (deepfake) в журналистике и документальном кино?**

*(Выберите один вариант)*

- А) Увеличение бюджета производства  
Б) Нарушение авторских прав на музыку  
В) Возможность создания ложных высказываний публичных лиц, что подрывает доверие к медиа  
Г) Снижение спроса на услуги визажистов

**18. Что такое «промт-инжиниринг» и почему эта компетенция становится важной для медиаспециалистов?**

*(Краткий ответ)*

**19. Представьте, что вы получаете задание снять короткометражный фильм, используя только нейросети для генерации изображений и видео. Какие технические и творческие ограничения вы ожидаете встретить? Назовите не менее трёх.**

*(Открытый вопрос)*

**20. Насколько вы согласны с утверждением: «ИИ в ближайшие 5 лет заменит монтажёров и сценаристов в массовом сегменте контента»?**

*(Выберите один вариант)*

- А) Полностью согласен  
Б) Скорее согласен  
В) Затрудняюсь ответить  
Г) Скорее не согласен  
Д) Полностью не согласен

**21. Какой метод организации работы наиболее эффективен для команды, которая создаёт еженедельный выпуск новостей в условиях жёстких дедлайнов?**

*(Выберите один вариант)*

- А) Каскадная модель (последовательная передача задач)
- Б) Scrum с двухнедельными спринтами
- В) Канбан-доска с визуализацией этапов и лимитами на незавершённые задачи
- Г) Полная свобода творчества без фиксированных сроков

**22. Какие технологии позволяют организовать удалённую работу над постпродакшном (монтаж, цветокоррекция, звук) для распределённой команды?**

*(Выберите все верные)*

- Облачные хранилища с синхронизацией (Blackmagic Cloud)
- Системы контроля версий для медиафайлов
- Рабочие станции с удалённым доступом (VDI)
- Бумажные монтажные листы, пересылаемые курьерской службой

**23. В чём ключевое отличие виртуального производства (virtual production) с использованием LED-экранов от традиционной хромакейной технологии (green screen)?**

*(Выберите один вариант)*

- А) Виртуальное производство дешевле и доступнее для малых студий
- Б) LED-экраны позволяют получить реалистичное освещение актёров и отражения, снижая объём постпродакшна
- В) Хромакей даёт более точный цветовой диапазон
- Г) Виртуальное производство исключает возможность изменения декораций на постпродакшне

**24. Назовите три ключевых элемента, которые должны быть зафиксированы в технической карте (tech spec) съёмочного дня, чтобы избежать проблем на этапе монтажа.**

*(Открытый вопрос)*

**25. Оцените свой уровень владения инструментами управления медиапроектами (Trello, Notion, Wrike, Airtable и т.п.)**

*(Выберите один вариант)*

- А) Не знаком с ними
- Б) Знаю о существовании, но не использовал
- В) Использую для личных задач
- Г) Уверенно применяю в командной работе

**26. Какое из перечисленных действий является нарушением авторского права при создании видеоконтента?**

*(Выберите один вариант)*

- А) Использование 10-секундного фрагмента лицензионного трека без покупки лицензии
- Б) Использование кадров из фильма с указанием правообладателя в титрах без получения разрешения
- В) Съёмка в общественном месте, где на заднем плане случайно оказалась чужая авторская граффити
- Г) Включение в кадр обложки книги с разрешения издательства

**27. Какие меры необходимо предпринять, чтобы защитить медиапроект от утечки данных на этапе постпродакшна?**

*(Выберите все верные)*

- Использовать водяные знаки (watermarks) на промежуточных версиях

- Хранить все файлы на жёстком диске без резервного копирования
- Разграничить доступ к проекту (ролевая модель)
- Передавать готовые материалы через незащищённые файлообменники

**28. Этическая дилемма: вы монтируете документальный фильм о социально уязвимой группе. Интервьюируемый в эмоциональной сцене заплакал. Вы можете усилить этот момент монтажом и музыкой, чтобы сделать историю более драматичной. Как вы поступите и почему?**

*(Развёрнутый ответ)*

**29. Что из перечисленного относится к мерам кибербезопасности при работе с медиафайлами?**

*(Выберите все верные)*

- Регулярное резервное копирование по правилу 3-2-1
- Использование однофакторной аутентификации для всех сервисов
- Шифрование дисков с материалами
- Проверка флеш-носителей антивирусом перед подключением к рабочей станции

**30. Опишите ситуацию, в которой использование контента, сгенерированного нейросетью, может ввести аудиторию в заблуждение. Какие способы маркировки такого контента вы считаете обязательными?**

*(Открытый вопрос)*

#### Критерии оценивания тестирования

Шкала оценивания
5 «отлично» 30-25 баллов
4 «хорошо» 24-20 баллов
3 «удовлетворительно» 19-15 баллов
2 «неудовлетворительно» Меньше 15 баллов

#### Вопросы для зачета:

1. Назовите ключевые этапы перехода от аналоговых к цифровым медиатехнологиям. Как каждый из них изменил способы производства контента?
2. В чём различия между линейным (ТВ, кино) и нелинейным (цифровые платформы) производством контента с технической и сценарно-драматургической точек зрения?
3. Перечислите этапы технологического цикла создания видео (от идеи до дистрибуции). Какие решения на каждом этапе сильнее всего влияют на итоговое качество?
4. Как принципы композиции, цвета и звука, сложившиеся в аналоговую эпоху, трансформируются в цифровом производстве? Приведите примеры.
5. Какие метрики качества (разрешение, битрейт, цветовая глубина) критичны для кино-театрального показа, стриминга и социальных сетей? Почему их значение различается?

6. Чем отличаются технические требования и форматы контента для YouTube Shorts, Instagram Reels, TikTok и классического горизонтального видео? Как эти отличия влияют на производственный процесс?
7. В чём специфика работы с алгоритмами рекомендаций при создании и продвижении контента на разных цифровых платформах?
8. Какие возможности и ограничения накладывают ОТТ-технологии, а также AVOD- и SVOD-модели на производство сериального и несериального контента?
9. Как интеграция электронной коммерции (e-commerce) и интерактивных элементов (покупки в один клик, опросы) меняет подходы к созданию контента для платформ?
10. Сравните подходы к управлению правами (DRM) и метаданными на традиционном ТВ и в современных цифровых сервисах. Почему метаданные сегодня рассматриваются как самостоятельный продукт?
11. Какие методы сбора и анализа данных об аудитории (метрики вовлечённости, глубина просмотра и др.) применяются на разных этапах производства контента?
12. Как концепция «фанбазы» (community-driven production) меняет традиционную модель «производитель → потребитель»? Приведите примеры контента, созданного при активном участии аудитории.
13. Какие психографические и поведенческие характеристики современных аудиторий (клиповое мышление, снижение внимания, запрос на аутентичность) важно учитывать при разработке форматов?
14. Как сегментация аудитории влияет на технологические решения: например, выбор цветокоррекции, звукового оформления, темпа монтажа? Приведите примеры для разных возрастных или культурных групп.
15. Опишите, как механизмы обратной связи (комментарии, лайки, репосты) влияют на медиапроизводство. В каких случаях ориентация на обратную связь улучшает продукт, а в каких — снижает его качество?
16. На каких этапах медиапроизводства (сценарий, препродакшн, съёмка, постпродакшн, дистрибуция) ИИ используется наиболее эффективно? Назовите конкретные инструменты и примеры.
17. Какие этические и юридические риски возникают при использовании генеративных нейросетей (Midjourney, Sora, синтез голоса, дипфейки) в новостном и художественном контенте?
18. Как ИИ-инструменты меняют роль профессионалов (операторов, монтажёров, сценаристов)? Какие новые компетенции (например, промпт-инжиниринг) становятся обязательными?
19. Возможно ли полностью автоматизированное производство персонализированного контента (AI-driven dynamic content)? Какие технологические ограничения существуют сегодня?
20. Как алгоритмы машинного обучения используются для прогнозирования успешности контента («зелёный свет» проектам)? Каковы риски излишней алгоритмизации креативных решений?
21. В чём разница между линейным монтажом, нелинейным монтажом (NLE) и облачным постпродакшном? Как выбор технологии влияет на организацию командной работы?
22. Какие технологические процессы необходимы для организации удалённого (распределённого) медиапроизводства — от съёмок до сведения звука и цветокоррекции?
23. Как внедрение виртуального производства (virtual production, LED-экраны, Unreal Engine) меняет традиционные процессы съёмки и постпродакшна?
24. Какие методы управления проектами (Scrum, Kanban) и инструменты (дашборды, системы управления активами) наиболее эффективны для синхронизации работы больших медиакоманд?

25. В чём специфика технологического документооборота (технические карты, скрипты, монтажные листы) в современном медиапроизводстве? Как цифровизация упрощает или усложняет контроль качества?
26. Какие основные угрозы информационной безопасности (утечки, взломы, шифровальщики) существуют на этапах производства и хранения медиафайлов? Как строится система защиты?
27. Какие этические дилеммы возникают при использовании ИИ для реставрации, изменения изображения или синтеза голоса умерших людей? Нужны ли здесь законодательные ограничения?
28. Как обеспечить соблюдение авторских прав и лицензионную чистоту при использовании пользовательского контента (UGC) и материалов, сгенерированных нейросетями?
29. Какие протоколы безопасности и психологической поддержки необходимы при производстве контента, связанного с травматичными темами (журналистские расследования, документалистика)?
30. В чём заключается ответственность медиапроизводителя за влияние контента на уязвимые группы аудитории (дети, люди с ментальными особенностями)? Как технологически реализовать возрастную маркировку и контент-фильтрацию?

**Материалы для проведения текущего и промежуточного контроля знаний студентов:**

№	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Контролируемые компетенции/ индикаторы
1	2	3	4
1	Устный опрос	1-6	ИДК <sub>ОПК6.1</sub> , ИДК <sub>ОПК7.1</sub>

**Разработчик:**

  
(подпись)

зав. кафедрой европейских языков  
(занимаемая должность)

И. С. Шильникова  
(Ф.И.О.)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению и направленности подготовки 45.04.02 Лингвистика «Проектирование цифрового лингвистического образовательного контента / Digital Linguistic Educational Content Design».

Программа рассмотрена на заседании кафедры европейских языков «10» марта 2026 г. Протокол № 7.

Зав. кафедрой  И. С. Шильникова

*Настоящая программа не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.*