

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«ИРКУТСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

Структурное подразделение «Рекламы и журналистики»

УТВЕРЖДЕНА:
на заседании кафедры
Протокол №6 от 05 февраля 2025 г.

Рабочая программа дисциплины

«ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ КОНТЕНТ НОВЫХ МЕДИА»

Направление: 42.03.02 Журналистика

Журналистика

Квалификация: Бакалавр

Форма обучения: очная

Документ подписан простой электронной
подписью
Составитель программы: Другова Елена
Сергеевна
Дата подписания: 15.06.2025

Документ подписан простой электронной
подписью
Утвердил и согласовал: Вайрах Юлия
Викторовна
Дата подписания: 18.06.2025

Год набора – 2025

Иркутск, 2025 г.

1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1 Дисциплина «Пользовательский контент новых медиа» обеспечивает формирование следующих компетенций с учётом индикаторов их достижения

Код, наименование компетенции	Код индикатора компетенции
ДК-1 Способность осуществлять деятельность, находящуюся за пределами основной профессиональной сферы	ДК-1.3
ПКР-3 Способность анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов	ПКР-3.9

1.2 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы

Код индикатора	Содержание индикатора	Результат обучения
ДК-1.3	Приводит медиатексты в соответствие со стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов	Знать способы и методы редактирования медиатекстов в соответствие со стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов Уметь Знать способы и методы редактирования медиатекстов в соответствие со стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов Уметь редактировать и создавать медиатексты в соответствие со стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов Владеть навыками копирайтинга и редактирования текстов для СМИ
ПКР-3.9	Приводит медиатексты в соответствие со стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов	Знать способы и методы редактирования медиатекстов в соответствие со стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов Уметь редактировать и создавать медиатексты в соответствие со стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов Владеть навыками копирайтинга и

	редактирования текстов для СМИ
--	--------------------------------

2 Место дисциплины в структуре ООП

Изучение дисциплины «Пользовательский контент новых медиа» базируется на результатах освоения следующих дисциплин/практик: «Мультимедийные средства рекламы», «Мультимедийные коммуникации», «Контент электронных СМИ»

Дисциплина является предшествующей для дисциплин/практик: «Производственная практика: преддипломная практика», «Производственная практика: профессионально-творческая практика»

3 Объем дисциплины

Объем дисциплины составляет – 3 ЗЕТ

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах (Один академический час соответствует 45 минутам астрономического часа)	
	Всего	Семестр № 7
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Аудиторные занятия, в том числе:	48	48
лекции	16	16
лабораторные работы	32	32
практические/семинарские занятия	0	0
Самостоятельная работа (в т.ч. курсовое проектирование)	60	60
Трудоемкость промежуточной аттестации	0	0
Вид промежуточной аттестации (итогового контроля по дисциплине)	Зачет	Зачет

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Сводные данные по содержанию дисциплины

Семестр № 7

№ п/п	Наименование раздела и темы дисциплины	Виды контактной работы						СРС		Форма текущего контроля
		Лекции		ЛР		ПЗ(СЕМ)				
		№	Кол. Час.	№	Кол. Час.	№	Кол. Час.	№	Кол. Час.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Понятие и признаки новых медиа	1	2	1	3					
2	История и перспективы развития новых медиа.	2	2	2	3			1	20	Доклад
3	Новые медиа и традиционные СМИ.	3	2	3, 4	6					Творческо е задание
4	Место новых медиа в	4	2	5	3			3	20	Доклад

	повседневной социальной коммуникации.									
5	Новые медиа и политика.	5	2	6, 7, 8	9					
6	Новые медиа и PR.	6, 7	4	9	3			2	20	
7	Правовое регулирование новых медиа.	8	2	10, 11	5					Творческое задание
	Промежуточная аттестация									Зачет
	Всего		16		32				60	

4.2 Краткое содержание разделов и тем занятий

Семестр № 7

№	Тема	Краткое содержание
1	Понятие и признаки новых медиа	1.Разграничение признаков «новых» и «старых» медиа. Лев Манович «Язык новых медиа».2.Черты межличностной и массовой коммуникации в электронной коммуникации, ее преимущества и уязвимые места.3.Новые медиа и смежные понятия (социальные медиа, цифровые медиа). Поиск общего языка аудитории новых медиа.4.Портрет пользователя в России и соседних странах (сравнение).
2	История и перспективы развития новых медиа.	1.Этапы развития Интернета. Декларация независимости киберпространства и ее оценки.2.Развитие Web 2.0 и принципы ее организации. Перспективы развития Интернета.3.Сотрудничество в Сети. «Коллективный интеллект» (П.Леви), «краудсорсинг»(ДжХау).4.«Постсоциальные» общества и теории сетевой социальности (М.Кастельс, А.Виттель, К.Кнорр-Цетина).
3	Новые медиа и традиционные СМИ.	1.Появление сетевых медиа. Сетевые СМИ в Иркутске.2.Новые медиа и традиционные СМИ: кто создает и контролирует новости?3. Новые медиа и организационная структура СМИ. Конвергентная редакция. Организация текста в Интернет-издании4.Журналистика в Сети. Журналистика граждан: создание новостей в социальных медиа.
4	Место новых медиа в повседневной социальной коммуникации.	1.Новые медиа и образ жизни.2.Трансформация публичного и приватного пространства.3.Просьюмеризм и движение открытого кода.4.Новые медиа и цифровое неравенство.
5	Новые медиа и политика.	1. Использование новых медиа в избирательных кампаниях. Электронное правительство.2.Интернет как публичное пространство. Медиаактивизм.3.Новые медиа и

		массовые действия в ситуации катастроф, социального и политического кризиса.4.Сетевые войны и мировой терроризм. Хактивизм.
6	Новые медиа и PR.	1.Использование новых медиа в гипермедийных PR-кампаниях.2.Принципы маркетинга в эпоху Web 2.0. Мобильная революция в коммуникации.5.Медиа, создаваемые потребителями. Экономика внимания и участия. Геймификация.6.Самопродвижение через новые медиа.
7	Правовое регулирование новых медиа.	1.Управление Интернетом на международном и национальном уровне.2.Интеллектуальная собственность в Сети. Развитие и распространение новых форм авторского права (лицензии GNU и Creative Commons).3.Слои интернета и глубокая паутина. Хакерство и юрисдикция в Сети.4.Безопасность и социальный контроль в новых медиа. Права пользователей.

4.3 Перечень лабораторных работ

Семестр № 7

№	Наименование лабораторной работы	Кол-во академических часов
1	Теоретические аспекты коммуникации в массовой коммуникации и новых медиа.	3
2	Цифровое неравенство в России и соседних странах.	3
3	Трансформация средств массовых коммуникации под влиянием новых медиа.	3
4	Формирование личной идентичности пользователей посредством новых медиа.	3
5	Трансформация публичного и частного пространства в новых медиа.	3
6	Гипермедийные политические кампании.	3
7	Развитие электронного правительства в России и соседних странах.	3
8	Лоббирование интересов посредством новых медиа.	3
9	Взаимодействие с аудиторией в продвижении посредством новых медиа.	3
10	Регулирование Интернета и риски пользователей в Сети	3
11	Этика работы в новейших СМИ	2

4.4 Перечень практических занятий

Практических занятий не предусмотрено

4.5 Самостоятельная работа

Семестр № 7

№	Вид СРС	Кол-во академических часов
1	Выполнение письменных творческих работ (писем, докладов, сообщений, ЭССЕ)	20
2	Подготовка к зачёту	20
3	Подготовка к практическим занятиям	20

В ходе проведения занятий по дисциплине используются следующие интерактивные методы обучения: Дискуссии, Деловые игры, кейс-технологии

5 Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины

5.1 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

5.1.1 Методические указания для обучающихся по лабораторным работам:

Другова Е.С. Методические указания для обучающихся по практическим работам (Пользовательский контент новых медиа). Направление подготовки 42.03.02 «Журналистика» (очная форма обучения) / Е.С. Другова. – Иркутск: ИРНИТУ, 2021.

5.1.2 Методические указания для обучающихся по самостоятельной работе:

Другова Е.С. Методические указания для обучающихся по самостоятельной работе (Пользовательский контент новых медиа). Направление подготовки 42.03.02 «Журналистика» (очная форма обучения) / Е.С. Другова. – Иркутск: ИРНИТУ, 2021.

6 Фонд оценочных средств для контроля текущей успеваемости и проведения промежуточной аттестации по дисциплине

6.1 Оценочные средства для проведения текущего контроля

6.1.1 семестр 7 | Доклад

Описание процедуры.

Описание процедуры: Доклад – это вид краткого, но информативного сообщения о сути рассматриваемого вопроса, различных мнениях об изучаемом предмете. В некоторых случаях допускается изложение собственной точки зрения автора в рамках тематической проблематики, например, в выступлениях на семинарах, конференциях, диспутах, защите ВКР. Написание доклада предполагает научно-исследовательскую работу, требующую от студента способности к самостоятельным изысканиям, умения преподнести информацию, доступно и квалифицированно отвечать на вопросы. Публичный доклад может быть представлен в письменной и устной форме. Если есть возможность выбора, студенты нередко отдают предпочтение последнему варианту, экономя время и силы.

Примерная тематика докладов:

1. Проблема жанра в современной журналистике. Жанрообразующие признаки. Жанры в печати, на радио, ТВ, в интернете. Жанр и текст. Причины и последствия диффузии и мутации жанров. Массовая культура и жанры. Жанр и творческая свобода журналиста.
2. Место журналистских жанров в современных СМИ. Информационный пакет

печатных СМИ: место журналистских и не журналистских текстов на полосе. Особенности сетки вещания на ТВ и радио. Особенности построения городских информационных порталов. Специфика формирования информационного пакета в области PR.

3. Современная вербальная культура и журналистика (синтетичность вербальной культуры, агрессия, цитатность, лингвопластика, контекстуализация, многозначность, игровое отношение к действительности).
4. Игровое начало в современной журналистике. Особенности передачи информации в устной и письменной речи. Игра как часть сознания современного человека. Игра как способ защиты человека в информационном обществе. «Игра» в печати, на ТВ, радио. "Игра" в Интернете. «Игры» пиарщиков. Принципы создания игрового текста. Виды игр в современной журналистике. Автор и аудитория в контексте информационных игр.
5. Место журналиста и роль СМИ в информационном обществе. Аудитория в информационном обществе. СМИ и информационная культура (функциональная ИК, культура взаимодействия, культура исследования, культура открытости). СМИ будущего.
6. Новые виды подачи информации в современных СМИ. Инфотейнмент (разыгрывание новости): причины его появления, особенности подачи информации в стиле «инфотейнмент», плюсы и минусы такого способа подачи информации. Инфотейнмент и качественная журналистика.
7. Инфотейнмент в печати, на радио и ТВ (привести примеры конкретных программ и журналистских материалов). Инфотейнмент в деятельности PR-служб.
8. Новые направления в журналистике. «Новый журнализм»: причины возникновения, основные постулаты, приемы. Недостатки НЖ. НЖ – новый стиль? Персоны. НЖ в России.
9. Новые направления в журналистике. Прецизионная журналистика: истоки, суть, представители. Народная журналистика. Прецизионная журналистика в России.
10. Новые направления в журналистике. Гонзо-журналистика. История. Основатель гонзо-журналистики. Принципы гонзо-журналистики. Современные гонзо-журналисты – есть ли они? Возможности гонзо-журналистики.
11. Свойства СМК, интернет как средство массовой коммуникации. Дигитальные жанры: форум, телеконференция, веб-обозрение, блог. Влияние интернета на структуру традиционных СМИ.
12. Конвергентные СМИ. Интернет-журналистика. Состав (он-лайн версии печатных СМИ, сайты радиостанций и ТВ каналов; СМИ, не имеющие аналогов вне сети), особенности подачи информации. Интернет-журналистика и потребности информационного общества. Региональная интернет-журналистика.
13. Жанры современной журналистики (ТВ, печать, радио, интернет) и ведущие журналисты.

Критерии оценивания.

Система оценивания предназначена для комплексной проверки уровня овладения знаниями и умениями, продемонстрированными студентами в докладе. Ниже приведены критерии и балльная система оценки, соответствующие традиционной пятибалльной шкале.

Критерии оценивания:

Актуальность и научная ценность темы(0–10 баллов)Насколько правильно выбрана тема, насколько важна и интересна она в контексте дисциплины, представлена ли актуальность и научно-практическая значимость.

Логичность и структура изложения(0–10 баллов)Четкость структуры доклада, логичность

повествования, наличие вступления, основного раздела и заключения.

Объём и глубина теоретического материала(0–10 баллов)Адекватность объёма и количества представленных теоретических положений, фактов и законов, а также глубина раскрытия темы.

Использованная литература и источники(0–10 баллов)Количество и качество использованных источников, соответствие современным научным публикациям и материалам специализированной литературы.

Практическая значимость и прикладные аспекты(0–10 баллов)Наличие выводов и предложений, основанных на анализе реальных рекламных кампаний, полезность полученных результатов для будущей профессиональной деятельности.

Наглядность и оформление(0–10 баллов)Внешнее оформление доклада, наглядность (таблицы, рисунки, схемы), грамотность изложения, адекватность выбранных визуальных средств.

Устное выступление и презентация(0–10 баллов)Умение выступать публично, владеть речью, удерживать внимание аудитории, использование презентационных средств.

Ответы на вопросы(0–10 баллов)Способность быстро и грамотно отвечать на вопросы, демонстрируя глубину знаний и готовность защищать свою позицию.

Суммарная оценка:

Общая сумма баллов по восьми критериям составляет максимум 80 баллов, где каждый критерий оценивается отдельно по 10-балльной шкале.

Затем суммарная оценка конвертируется в традиционную пятибалльную систему:

80–70 баллов → «отлично» (оценка «5»)

69–60 баллов → «хорошо» (оценка «4»)

59–50 баллов → «удовлетворительно» (оценка «3»)

Менее 50 баллов → «неудовлетворительно» (оценка «2»).

6.1.2 семестр 7 | Творческое задание

Описание процедуры.

Цель творческого задания в форме презентации заключается в том, чтобы в работе над раскрытием конкретного вопроса задействовать самые разные знания, умения и навыки обучающегося для достижения комплексного результата. Задачи выполнения творческого задания включают в себя: развитие навыков поиска и отбора профессионально значимой информации, ее оценки, грамотного и комплексного представления; формирование навыков анализа конкретных познавательных и практических задач, умения верно квалифицировать факты; углубленное изучение отдельных аспектов журналистики. Творческое задание представляет собой раскрытие одного из вопросов по теме занятия. Форма представления творческого задания - презентация в формате Microsoft Power Point, которая содержит такие обязательные элементы, как

- план презентации (1 слайд);
- актуальность темы (1 слайд);
- краткое изложение основных концептуальных положений (2-3 слайд);
- критика (1-2 слайда);
- выводы (1 слайд);
- список источников и литературы (1 слайд).

Пример задания:

Около трех лет назад в наше PR-агентство обратилась небольшая девелоперская компания «Феникс-Инвест» — региональный бизнес по строительству и продаже недвижимости в Ростове-на-Дону и Ростовской области. До того как компания начала серьезно заниматься PR, ее продвижение сводилось к классическим для девелоперов рекламным кампаниям.

В определенный момент руководство осознало, что не хватает узнаваемости, доверия со стороны клиентов, лояльности со стороны государственных органов — и было решено начать работу со СМИ. Определите варианты решения проблемы.

Критерии оценивания.

Оценка «отлично»: соблюдены все требования, предъявленные к творческому заданию, автор проявил самостоятельность и творческий подход при изложении материала, использовал необходимую литературу и Постановления Пленумов ВС РФ.

Оценка «хорошо»: соблюдены не все требования, предъявленные к оформлению творческого задания, при этом автор проявил самостоятельность и творческий подход, использовал необходимую литературу.

Оценка «удовлетворительно»: соблюдены не все требования, предъявленные к заданию, изложенный материал недостаточно аргументирован.

Оценка «неудовлетворительно»: творческое задание выполнено формально, без учета научных положений и рекомендаций

Суммарная оценка конвертируется в традиционную пятибалльную систему:

80–70 баллов → «отлично» (оценка «5»)

69–60 баллов → «хорошо» (оценка «4»)

59–50 баллов → «удовлетворительно» (оценка «3»)

Менее 50 баллов → «неудовлетворительно» (оценка «2»).

6.2 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

6.2.1 Критерии и средства (методы) оценивания индикаторов достижения компетенции в рамках промежуточной аттестации

Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Средства (методы) оценивания промежуточной аттестации
ДК-1.3	Уверенно создает и редактирует медиатексты в соответствии со стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов	Устный опрос и/или тестирование
ПКР-3.9	Уверенно создает и редактирует медиатексты в соответствии со стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов	Устный опрос и/или тестирование

6.2.2 Типовые оценочные средства промежуточной аттестации

6.2.2.1 Семестр 7, Типовые оценочные средства для проведения зачета по дисциплине

6.2.2.1.1 Описание процедуры

Перечень теоретических вопросов и заданий для подготовки к зачету выдается студентам за 1 месяц до промежуточной аттестации.

К зачету допускаются студенты, полностью выполнившие учебную программу дисциплины (включая все практические работы).

Зачет проводится на последнем или предпоследнем занятии.

Если студент имеет за зачет оценку «неудовлетворительно», то положительная итоговая оценка по предмету не выставляется.

Оценка за зачет является определяющей для выставления итоговой оценки по предмету, но не окончательной.

Студентам, отсутствующим во время проведения зачета, итоговая оценка по предмету может быть выставлена по оценкам текущей успеваемости при условии, что он полностью выполнил учебную программу.

Студенты, отсутствующие во время проведения зачета или получившие оценку «неудовлетворительно», сдают зачет во внеурочное время.

К зачету по дисциплине допускаются студенты, полностью выполнившие учебную программу дисциплины.

Вопросы к зачету

1. Ключевые признаки новых медиа и их отличия от традиционных медиа.
2. Основные тенденции развития Интернета в Беларуси и соседних странах.
3. Отличия между понятиями «новые медиа», «социальные медиа» и «цифровые медиа».
4. История развития Интернета в мире и в Беларуси.
5. Эволюция Интернета. Принципы организации Web 2.0 и отличия от Web 1.0.
6. Механизмы сотрудничества пользователей: краудсорсинг, краудфандинг.
7. Черты современной сетевой социальности и «социальности с объектами».
8. Появление сетевых медиа. Цифровые медиа в Беларуси.
9. Конвергентная редакция. Организация текста в Интернете.
10. Соотношение гражданской и профессиональной журналистики.
11. Блоггерство как массовое явление. Влияние блоггерства на социальную коммуникацию и масс-медиа.
12. Трансформация публичного и приватного пространства в Сети.
13. Просьюмеризм и движение открытого кода.
14. Цифровое неравенство (географическое, социальное, политическое).
15. Использование новых медиа в политических кампаниях.
16. Электронное правительство.
17. Интернет как публичное пространство. Медиаактивизм в новых медиа.
18. Использование новых медиа в рекламных и PR-кампаниях.
19. Маркетинг в эпоху Web 2.0, его возможности и ограничения.
20. Экономика внимания и участия. Просьюмеризм и геймификация.
21. Структура управления Интернетом. Основные документы по регулированию Интернета в мире и в Беларуси.
22. Интеллектуальная собственность в Сети. Новые виды лицензий.

23. Хакерство и безопасность в Сети.

6.2.2.1.2 Критерии оценивания

Зачтено	Не зачтено
Знает основной материал предполагаемый курсом и рабочей программой данной дисциплины в области анализа и разработки концепта рекламной продукции; знает сущность и значение массовой коммуникации в развитии современного информационного общества; Умеет логически верно и ясно строить устный и письменный ответ; умеет использовать основные знания при решении социальных и профессиональных задач; Владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки рекламной информации; владеет культурой мышления, вырабатывать способность к обобщению и восприятию информации.	Не знает основной материал предполагаемый курсом и рабочей программой данной дисциплины в области анализа и разработки концепта рекламной продукции; не знает сущность и значение массовой коммуникации в развитии современного информационного общества; Не умеет логически верно и ясно строить устный и письменный ответ; Не умеет использовать основные знания при решении социальных и профессиональных задач; не владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки рекламной информации; Не владеет культурой мышления, вырабатывать способность к обобщению и восприятию информации.

7 Основная учебная литература

1. Романцова Т. Д. Язык и стиль современных средств массовой информации : учебное пособие для студентов по специальности "Журналистика" / Т. Д. Романцова, 2008. - 115.
2. Махонина С. Я. История русской журналистики начала XX века : учеб.-метод. комплект (учеб. пособие по специальности 021400 "Журналистика", хрестоматия) / С. Я. Махонина, 2008. - 367.
3. Авраамов Д. С. Профессиональная этика журналиста : учеб. пособие для вузов по направлению и специальности "Журналистика" / Д. С. Авраамов, 2003. - 272.

8 Дополнительная учебная литература и справочная

1. Михайлов С. А. Современная зарубежная журналистика : учебник / С. А. Михайлов, 2005. - 319.
2. Свитич Л. Г. Введение в специальность: Профессия: журналист : учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" / Л. Г. Свитич, 2006. - 253.
3. Галкин С. И. Техника и технология СМИ: Художественное конструирование газеты и журнала : учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" / С. И. Галкин, 2005. - 213.

9 Ресурсы сети Интернет

1. <http://library.istu.edu/>
2. <https://e.lanbook.com/>

10 Профессиональные базы данных

1. <http://new.fips.ru/>
2. <http://www1.fips.ru/>

11 Перечень информационных технологий, лицензионных и свободно распространяемых специализированных программных средств, информационных справочных систем

1. Microsoft Windows Seven Professional (Microsoft Windows Seven Starter) - Seven, Vista, XP_prof_64, XP_prof_32 - поставка 2010
2. Microsoft Office 2007 Standard - 2003 Suites и 2007 Suites - поставка 2010

12 Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Мультиим.проектор ViewSonic PJ406D
2. ноутбук Samsung CEL M440 1.86/1024/120