

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ М.В.ЛОМОНОСОВА»**

ФИЛИАЛ МГУ В Г. ГРОЗНОМ

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора
Филиала – руководитель
образовательных программ
А.С. Воронцов



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины:

Медиаинфографика

Уровень высшего образования:

Бакалавриат

Направление подготовки

42.03.05 Медиакоммуникации

Направленность (профиль)/специализация образовательной программы

Общий

Форма обучения

Очная

Москва 2025

Рабочая программа дисциплины разработана и утверждена в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом, утвержденным приказом МГУ от 29 декабря 2018 года № 1775 (в редакции приказов МГУ от 11 сентября 2019 года № 1109, от 10 июня 2021 года № 609, от 29 мая 2023 года № 700, 702, 703) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации».

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Медиаинфографика» является формирование у студента представлений о принципах создания инфографики разного типа в медиа, истории возникновения и развития инфографики в России и за рубежом, ключевых компонентах и принципах создания инфографики в рекламе, научных и образовательных проектах, периодических изданиях, на телевидении и в мультимедиа, основных видах инфографики и алгоритмах их создания, специфике и технологических особенностях визуализации информации.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Медиаинфографика» относится к базовой части ООП, общепрофессиональному разделу (блоку «Цифровые технологии») и изучается в 6 семестре. Она базируется на комплексе разносторонних знаний о функционировании современных медиа, полученных студентами в процессе изучения предшествующих дисциплин «Российские и зарубежные цифровые медиа» и «Статистика и анализ данных». Эффективное изучение дисциплины «Медиаинфографика» также требует подготовки в сфере мультимедийных технологий, полученной студентами в рамках дисциплины «компьютерная верстка». Знания, полученные в результате освоения дисциплины «Медиаинфографика», конкретизируются и углубляются в ходе освоения материала последующих дисциплин «Веб-мастеринг» и «Основы программирования», а также других дисциплин вариативной части ООП («Индустрия дизайна», специальные курсы, специальные семинары, межкафедральные курсы), связанных с визуальными аспектами деятельности медиа и медиадизайна.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций, предусмотренных Образовательным стандартом МГУ по направлению подготовки бакалавров «Медиакоммуникации»:

- способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-8);
- способен участвовать в производственном процессе выпуска мультимедийного контента с применением современной технологической инфраструктуры (ПК-6).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: суть процессов развития инфографики от протоформ до цифровых форматов медиаинфографики, иметь представление о факторах, определяющих закономерность трансформации инфографики в СМИ в медиаинфографику, особенности поиска, анализа и структурирования информации; принципы взаимодействия специалистов (редакторов, аналитиков, художников, дизайнеров, программистов, фотографов, операторов и др.) в процессе создания медиаинфографики, особенности деятельности отделов, создающих инфографику для различных медиа; понимать единство и взаимозависимость информационных, технологических и художественных факторов создания медиаинфографики;

Уметь: ориентироваться в базовых видах инфографики и алгоритмах их соединения в медийный продукт, возможных технологических решениях, источниках информации и каналах распространения медиаинфографики (сайт медиакомпаний,

рекламный проект, социальная сеть и др.); учитывать специфику медиадизайна при выборе окончательного визуального решения;

Владеть: инструментарием поиска и анализа информации, создания и редактирования медиаинфографики.

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа (из них 32 часа – аудиторная нагрузка, 40 – самостоятельная работа студента).

4.1. Структура дисциплины

№ п/п	Раздел	Тема раздела	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
					Лекции	Семинары	СРС	
1	Медиаинфографика как формат	Предмет и задачи курса. Понятийный аппарат.	6	1-2		4	4	Контрольное задание
		История развития и профессиональное становление медиаинфографик и.	6	3-4		4	6	Контрольное задание
		Тематическое и типологическое разнообразие медиаинфографик и. Развитие инфографики в медиасреде.	6	5-8		8	12	Контрольное задание
2	Создание медиаинфографики	Формирование концепции.	6	9-11		6	6	Промежуточная аттестация по проекту

		Особенности визуализации.	6	12-13		4	6	Промежуточная аттестация по проекту
		Редакционная работа.	6	14-16		6	6	Промежуточная аттестация по проекту
	Зачет		6					Защита проекта

4.2. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины	Тема раздела	Содержание темы
1.	Медиаинфографика как формат медиатекста	Предмет и задачи курса. Понятийный аппарат.	Искусствоведческие и коммуникативистские концепции. Соотношение понятий «визуализация данных», «изобразительная статистика», «информационный дизайн», «функциональное искусство», «инфографика» и «медиаинфографика». Определение понятия. Функции инфографики. Исследовательский (Э. Тафти) и повествовательный (Н. Холмс) подходы. Типологические признаки и классификация. Инфографика как манипулирование.
		История развития и профессиональное становление медиаинфографики	Протоинфографические форматы в контексте развития визуальной коммуникации (пиктографика, иллюстрации, карты и чертежи, печатные издания). Изменение информационных запросов общества и развитие технологий как условия развития инфографики. Эпоха ВГО и общественный интерес к новым знаниям. Первые виды. Эволюция медиасреды как фактор влияния на инфографику в медиа XIX-XX веков. Первые опыты визуализации данных и систематизации, осмысления инфографики. Изостат и Isotype. Развитие инфографики в медиа разного типа в XX веке. От

			<p>простых видов к самостоятельному формату медиатекста. Особенности использования в СМИ, рекламе и PR.</p> <p>«Визуальный поворот» в масс-медиа.</p> <p>Процессы дигитализации и конвергенции медиа:</p> <p>медиаинфографика как новый формат предоставления медиатекста.</p> <p>Переход к коллективному сотворчеству: редактор, продюсер, режиссёр, дизайнер, художник, программист и др.</p> <p>Медиаинфографика как сторителлинг.</p> <p>Дашборд в медиа и в маркетинге.</p>
		<p>Тематическое и типологическое разнообразие медиаинфографики.</p> <p>Развитие инфографики в медиасреде.</p>	<p>Типы, виды, форматы и жанры инфографики в медиа. Появление новых и смешанных типов в цифровую эпоху. Размывание жанровых границ.</p> <p>Содержательные и композиционные особенности.</p> <p>Анализ профессиональных кейсов российских и зарубежных дизайнеров в сфере медиаинфографики. Специфика видеоинфографики.</p> <p>Использование инфографики на телевидении.</p> <p>Анализ кейсов зарубежных и российских медиакомпаний, рекламных агентств. Рич -медиа как актуальный формат рекламы.</p> <p>Стиль и «мода» в дизайне медиаинфографики, современные тренды и профессиональные стандарты. Международные конкурсы как фактор управления сообществом медиадизайнеров.</p> <p>Технологии создания: основные программы и специальные ресурсы - от профессиональных программ до онлайн-конструкторов.</p>
2	Создание медиаинфографики	Формирование концепции.	<p>Определение объекта (инфоповод). Сбор и анализ информации: временные</p>

			параметры, парадигма раскрытия темы, поиск источников информации и определение необходимых дополнительных действий (интервью, фотосессия, видеосъемка, моушн-дизайн и др.). Систематизация данных. Распределение информации по этапам разработки проекта. Бриф как основа дальнейшей работы над проектом.
		Особенности визуализации.	<p>Определение типа инфографики и технологий ее создания.</p> <p>Разработка сценария. Формат: статичная или интерактивная.</p> <p>Выбор базовых видов и технологий.</p> <p>Определение визуального языка проекта в контексте фирменного стиля медиабренда или рекламного проекта.</p> <p>Формирование художественного образа в инфографике.</p> <p>Индивидуальное решение и модульная система проектирования. Типографика и иллюстрирование (фотография и графика).</p> <p>Создание предварительных скетчей и эскизов, выбор инструментов и технологий визуализации. Монтаж проекта: границы работы дизайнера и программиста.</p> <p>Обсуждение промежуточных итогов создания медиаинфографики.</p>
		Редакционная работа	<p>Редактирование и корректура инфографики. Перепроверка всех использованных фактов.</p> <p>Особенности проверки визуализированных данных.</p> <p>Характерные параметры редактирования. Перевод на иностранные языки и вынужденная корректировка дизайна.</p> <p>Выгрузка проекта на сайт. Статья-сопровождение. Продвижение в социальных сетях.</p>
		Зачет	Презентация и защита проекта.

5. Рекомендуемые образовательные технологии

Изучение дисциплины «Медиаинфографика» строится на сочетании лекций, самостоятельного изучения материала занятий и выполнения практических контрольных заданий, которые войдут в итоговый проект. В рамках лекций важное место занимает визуальная демонстрация преподавателем актуального фактического материала (мультимедийных проектов, различных видов инфографики в медиа, анализируемых кейсов).

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля над успеваемостью, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Основными оценочными средствами текущего контроля успеваемости являются контрольные работы (практические задания), которые выполняются студентами после каждой лекции, а также выступления на занятиях (с оценкой участия). Промежуточная аттестация проводится в форме презентации и защиты выполненной части проекта медиаинфографики.

Примеры письменных заданий:

- 1) Проанализируйте дизайн рекламного или рг-кейса с точки зрения визуальной выразительности и эффективности, в частности использованных/неиспользованных возможностей инфографики. Предложите свой вариант.
- 2) Выберите тему медиаинфографики и подготовьте источники информации и визуальных материалов.
- 3) Разработайте сценарий авторской медиаинфографики на заданную тему и предложите варианты визуализации.
- 4) создайте дэшборд и обоснуйте выбор инструментов создания инфографики и дизайн-концепцию.
- 5) разработайте резюме в формате инфографики.

Примеры проектов инфографики к зачету:

Газовые потоки из России в Европу 2022: визуализация проблемы

COVID-19 в Москве: февраль 2022.

История развития журналистского образования в России

Основные этапы развития инфографики

История факультета в лицах

Факультет журналистики на рынке медиаобразования России и др.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

Богачев А.А. Графики, которые убеждают всех. М., 2020.

Волкова В.В. Печатные медиа как объект дизайна / Работа журналиста в цифровой среде: учеб. Пособие под ред. Смирновой О.В. М, 2021.

Крам Р. Инфографика. Визуальное представление данных. СПб.: Питер, 2015.

Лайкова Я. В. Инфографика как медиатекст в онлайн-СМИ: функции и классификация // Меди@льманах. – 2015. – № 2 (№67). С. 20-30.

Новичков А. Инфографист: про студию ТАСС, инструкции IKEA и красоту // По ту сторону медиа. 3-й сезон. 2021

Остриков, С. В. Теоретические основы и принципы инфографического дизайна : монография / С. В. Остриков. М., 2014.

Выровцева Е.В., Индутная Т.А., Симакова С.И. Дизайн как средство создания публицистического образа в инфографике. // Гуманитарный вектор, 2020. Т 15, N 5.

Романов Н. Лучшая инфографика 2021 года: разбираем работы победителей Malofiej Awards. / Дизайн. 24 августа 2021

Cairo A. The functional art. An introduction to information graphics and visualization. Berkeley, CA. 2013.

б) дополнительная литература:

Артюхин В.В. Статистическая графика и инфографика: меньше, чем требуется, больше, чем нужно, и другие проблемы. – URL: <http://www.ifar.ru/pr/2013/n130107a.pdf>

Герчук Ю.Я. История графики и искусства книги: учеб. пособие. М., 2013.

Глинтерник Э. М. Реклама в России XVIII — первой половины XX века: опыт иллюстрированных очерков / Э. М. Глинтерник. СПб.: Аврора, 2007.

Казак М.Ю. Современные медиатексты: проблемы идентификации, делимитации, типологии // Медиалингвистика. – 2014. – № 1. – С. 65-77.

Кайро, А. Инфографика в рекламе открывает широкие возможности для обмана: интервью / Альберто Кайро // Advertology.Ru. 31.03.2014. <http://www.advertology.ru/article122110.htm>.

Красильников Н.Н., Красильникова О.И. Мультимедиа-технологии в информационных системах: представление и обработка изображений в компьютере: учеб. пособие. СПб., 2015.

Лантев В.В. Изобразительная статистика. Введение в инфографику. СПб., 2012.

Лайкова Я. В. Инфографика в СМИ разного типа // Вестник Мос. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2014. – № 4. С. 41-53.

Маккэндлесс Д. Инфографика. Самые интересные данные в графическом представлении. М., 2014.

Нефедьева В.К. Инфографика – визуализация данных в аналитической деятельности. // Труды Санкт-Петербургского института культуры. СПб: 2013.

Новичков Алексей. Даже Колумбу нужно было презентовать открытия. – URL: <https://metkere.com/2014/07/novichkov.html>

Розм Д. Визуальное мышление. М., 2010.

Рудерман И. Что такое инфографика? – URL: <http://www.colta.ru/articles/specials/1339>.

Яо М.К., Бородина С.Д., Еманова Ю.Г. Визуализация как тенденция форм культуры, искусства, коммуникации // Филология и культура. – 2011. – No4. – С. 296–302.

Симакова С.И. Инструменты визуализации информации в СМИ: инфографика. // Вестник Челябинского Государственного университета. Филологические науки. — 2017. №6(402) — С. 91-99.

Симакова, С. И. Инфографика в контексте постгуманистических тенденций в журналистике / С. И. Симакова // Вестник Воронежского государственного университета – Воронеж, 2019. – № 3.

Ludvig L.N. True Vision: authentic Art Journaling. – Beverly, Massachusetts, 2008.

Tufte Edvard R. The Visual display of quantitative information/ Second Ed. – Connecticut, 2007.

в) интернет-ресурсы:

Интернет-ресурсы:

infogra.ru, infographer.ru, metkere.com, http://compuart.ru;
http://kak.ru/magazine; http://illustrators.ru/;
http://www.visualisingdata.com/index.php/resources/; www.infografics.ru;
https://elibrary.ru/

Инфографика

https://pinterest.ru/mediadesign_russia/infographics/;
<https://www.malofiejgraphics.com/general/list-award/2020/08> ;
<https://graphics.reuters.com/world-coronavirus-tracker-and-maps/>

Инструменты

<https://app.rawgraphs.io/>
<https://charticulator.com/>
<https://www.datawrapper.de/>
<https://infogram.com/>
<https://developers.google.com/chart/>
<https://venngage.com/>
https://www.canva.com/ru_ru/sozdat/infografika/#
<https://colors.co/>
<https://color.adobe.com/ru/trends>

СМИ:

<https://ria.ru/infografika/>
<https://uz.sputniknews.ru/infographics/>
<https://www.reuters.com/news/infographic>
<https://www.rbc.ru/search/?project=rbcnews&query=%D0%B8%D0%B...>

Реклама и PR:

<https://sdelano.media/graywhale/>
<https://www.youtube.com/watch?v=KcrN0d4kt9M>

Программное обеспечение

Программное обеспечение для работы с медиаинфографикой.

Интернет-ресурсы:

infographer.ru,
metkere.com,
http://compuart.ru;
http://kak.ru/magazine;
http://illustrators.ru/;
http://www.visualisingdata.com/index.php/resources/;
www.infografics.ru;
https://elibrary.ru/.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для освоения дисциплины требуется свободный доступ к сети Интернет, а также:

А. Помещения: аудитория для проведения лекционных и семинарских занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации, компьютерный класс.

Б. Оборудование: наборы ученической мебели, рабочее место преподавателя, ученическая доска, персональные компьютеры, проекторы, экраны, доска интерактивная.

Разработчики:

Доцент В.В. Волкова, факультет журналистики МГУ.