

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Автономная некоммерческая образовательная организация
высшего образования
«Кубанский социально-экономический институт (КСЭИ)»

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Он-лайн журналистика

42.03.02 Журналистика
Направление подготовки с кодом

Журналистика и медийный бизнес
Направленность

Бакалавр
Квалификация (степень) выпускника

Очная, заочная
Форма обучения

КРАСНОДАР 2018

Составитель:

Саблина Татьяна Александровна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Рецензент:

Дёмина Людмила Ивановна, доктор филологических наук, профессор кафедры рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

РПД обсуждена и утверждена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций, протокол № 9 от 27июня 2018 года.

1. Цели освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов базовых знаний об он-лайн - журналистике, о тенденциях ее развития и роли в обществе, о специфике работы журналиста в конвергентных СМИ.

Задачи изучения:

1. Знакомство с современными каналами массовой коммуникации.
2. Изучение основных понятий, свойств и функций онлайн-журналистики.
3. Изучение возможностей использования мультимедийных сервисов в творческой работе журналиста.
4. Формирование практических навыков подготовки материалов для он-лайн-СМИ.
5. Формирование навыков создания в рамках отведенного бюджета времени материалов для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенции, знания, умения, навыки)

Шифр компетенции и расшифровка	Знать	Уметь	Владеть
ПК-2 - способность в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах.	- специфику и принципы функционирования различных медийных платформ; - структуру и особенности организации работы конвергентной редакции; - технику и технологии создания материалов для онлайн-СМИ.	- оценивать эффективность современных каналов коммуникации, выбирать оптимальные; - ориентироваться в современных информационных форматах, жанровой и стилевой специфике интернет-СМИ; - готовить авторские материалы для он-лайн-СМИ и размещать на различных мультимедийных платформах.	- методами применения SMM-технологий в работе журналиста; - навыками работы в условиях мультимедийной среды, - технологиями подготовки медиaproдукта в различных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, графика).

3. Место дисциплины в структуре ООП

Блок 1. Дисциплины (модули)	Обязательная дисциплина Вариативной части
-----------------------------	---

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Очная форма

ЗЕТ	Часов академических	Контактная работа обучающегося с преподавателем			Самостоятельная работа	Формы контроля, семестр
		Лекции	Семинары	Консультации		
3	108	16	32	2	40	Экзамен/7

Заочная форма

ЗЕТ	Часов академических	Контактная работа обучающегося с преподавателем			Самостоятельная работа	Формы контроля, курс
		Лекции	Семинары	Консультации		
3	108	8	12	-	79	Экзамен/5

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий по каждой форме обучения

Очная форма

№	Тема (раздел) дисциплины	Академические часы	Вид учебного занятия
1	Роль журналистики в информационном обществе	2/2	Л/С.
2	Интернет-СМИ как часть медиасистемы. Виды онлайн-информационных ресурсов	2/2	Л/С.
3	Особенности контента интернет-СМИ	2/6	Л/С
4	Специфика работы в конвергентной редакции	2/6	Л/С.
5	Жанрово-тематическое своеобразие онлайн-СМИ. Особенности мультимедийных жанров	2/6	Л/С
6	Интернет-технологии в работе журналиста	2/6	Л/С
7	Правовые основы регулирования распространения массовой информации в Интернете	2/2	Л/С.
8	Перспективы развития онлайн-журналистики. Медиаатренды.	2/2	Л/С.

Заочная форма

№	Тема (раздел) дисциплины	Акаде- миче- ские ча- сы	Вид учебно- го заня- тия
1	Роль журналистики в информационном обществе. Перспективы развития онлайн-журналистики. Медиатренды	2/2	Л/С
2	Интернет-СМИ как часть медиасистемы. Виды онлайн-информационных ресурсов	2	С
3	Специфика работы в конвергентной редакции	4/2	Л/С
4	Жанрово-тематическое своеобразие онлайн-СМИ. Особенности мультимедийных жанров	4	С
5	Интернет-технологии в работе журналиста	2	С
6	Правовые основы регулирования распростра- нения массовой информации в Интернете	2	Л

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттеста- ции обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

Шифр компетенции и ее содержание:		
ПК-2 – способность в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах.		
Этап 1	Знать	специфику и принципы функционирования различных медийных платформ, структуру и особенности организации работы конвергентной редакции
Этап 2	Уметь	ориентироваться в современных форматах, жанровой и стилистической специфике интернет-СМИ
Этап 3	Навыки и (или) опыт деятельности – Владеть	технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, графике)

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Этап	Критерий оценивания	Показатель оценивания	Шкала оценивания				Средство оценивания
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно	
1. Знать	Полнота, системность,	Знание специфики и	Системные, проч-	Обобщенные зна-	Фрагментарные	Незнание специфики и	Вопросы к экза-

	прочность знаний; обобщенность знаний	принципов функционирования различных медийных платформ, структуры и особенностей организации работы конвергентной редакции	ные знания специфика принципов функционирования различных медийных платформ, структуры и особенностей организации работы конвергентной редакции	ния специфики и принципов функционирования различных медийных платформ, структуры и особенностей организации работы конвергентной редакции	представления о специфике и принципах функционирования различных медийных платформ, структуры и особенностей организации работы конвергентной редакции	принципов функционирования различных медийных платформ, структуры и особенностей организации работы конвергентной редакции	мену
2. Уметь	Степень самостоятельности выполнения действия; осознанность выполнения действия; выполнение действия (умения) в незнакомой ситуации	Умение ориентироваться в современных форматах, жанровой и стилевой специфике интернет СМИ	Точное представление о Современных форматах, жанровой и стилевой специфике интернет СМИ	Знание основных современных форматов, жанровой и стилевой специфики интернет СМИ	Поверхностное представление о современных форматах, жанровой и стилевой специфике интернет СМИ	Неумение ориентироваться в современных форматах, жанровой и стилевой специфике интернет СМИ	Практические задания, дебаты
3. Владеть	Ответ на вопросы, поставленные преподавателем; решение задач; выполнение практических задач	Владение технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной аудио, видео, графике)	На высоком уровне владение технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио, видео, графике)	Общий ориентир в выборе технологий подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио, видео, графике)	Фрагментарное владение технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной аудио, видео, графике)	Невладение технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио, видео, графике)	Практические задания

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Компетенция: ПК-2: способность в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с ис-

пользованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах.

Этап формирования компетенции: первый.

Средство оценивания: вопросы к экзамену.

Вопросы к экзамену:

1. Роль журналистики в информационном обществе.
2. Трансформация журналистской деятельности в эпоху информационного общества.
3. Переход от средств массовой информации (СМИ) к средствам массовой коммуникации (СМК).
4. Онлайн-СМИ как часть медиасистемы.
5. Виды онлайн-информационных ресурсов.
6. Особенности контента интернет-СМИ. Управление контентом.
7. Специфика работы в конвергентной редакции.
8. Жанрово-тематическое своеобразие онлайн-СМИ.
9. Особенности мультимедийных жанров.
10. Интернет-технологии в работе журналиста.
11. Правовые основы регулирования распространения массовой информации в Интернете.
12. Типология и специфика интернет - СМИ.
13. Свойства веб-публикаций: интерактивность, персональный подход, инфоцентричность, мгновенность, измеримость, гибкость, взаимосвязанность, экономичность.
14. Функции интернет-СМИ.
15. Интернет-сервисы, поисковые системы и каталоги.
16. Процесс и технологии подготовки материалов для сетевого издания.
17. Три цикла новостей в Интернете. Ситуация «высоких новостей».
18. Новые профессии и роли журналиста в информационном обществе.
19. Гражданские медиа. Контент, создаваемый пользователями. Блоги.
20. Особенности социологических исследований аудитории сетевых СМИ.
21. Характерные особенности подготовки авторской веб-страницы.
22. Особенности обратной связи с онлайн-аудиторией. Формы интерактива.
23. Специфика создания современных онлайн-проектов.
24. Электронные версии традиционных СМИ в сети.
25. Визуализация данных в современной журналистской практике.
26. Технологии современного онлайн-продвижения массмедиа.
27. Вербальный и визуальный контент онлайн-медиа.
28. Проведение опросов в Интернете. Их особенности.
29. Правовые основы регулирования распространения массовой информации в Интернете. Законодательство РФ о СМИ и публикациях в Интернете.
30. Перспективы развития онлайн- журналистики. Медиатренды.

Компетенция: ПК-2: способность в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с ис-

пользованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах.

Этап формирования компетенции: второй.

Средство оценивания: дебаты

Вопросы для обсуждения:

1. Факторы, формирующие систему интернет-СМИ нашего региона.
2. SMM-технологии в позиционировании контента современных онлайн-медиа.

4. Информационные технологии и виртуальные коммуникации в работе редакций интернет-СМИ.

5. Краудфандинг как способ финансирования медиапроектов.

6. Что интересует аудиторию онлайн-СМИ?

7. Платный контент интернет-СМИ: плюсы и минусы для аудитории.

Обсуждение вопросов проходит в определенных смысловых и временных рамках. Обозначается и контролируется время, отведенное на подготовку и выступление участников, на вопросы и ответы. Смысловой контекст задается ключевым тезисом, выбранным для обсуждения. Студенты предлагают аргументы для раскрытия темы.

Компетенция: ПК-2: способность в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах.

Этап формирования компетенции: второй-третий.

Средство оценивания: практические задания.

Практические задания:

1. Используя инструменты онлайн-сервисов:
 - подготовить тематический медиапродукт с использованием разных знаковых систем (вербальной, аудио-, видео-, графики);
 - визуализировать текстовую информацию, взяв за основу материал о медиатрендах;
 - разработать инфографику, опираясь на количественные данные государственных организаций;
 - подготовить облако тэгов на основе материалов СМИ или профессионально-этических документов.
2. Создать аккаунты в социальных сетях для продвижения образовательного проекта или медиапроекта, с учётом целевой аудитории. Разработать концепцию по увеличению количества пользователей.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Компетенция: ПК-2: способность в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах.

Этап формирования компетенции: первый-третий.

Средство оценивания: вопросы к экзамену.

Методика оценивания: выставление оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Наименование оценки	Критерий
Оценка ответа: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».	- оценка «отлично» выставляется студенту, если он имеет четкие представления по всем разделам курса; демонстрирует хорошие знания основных понятий курса; владеет основными принципами и методами анализа практического материала, дает аргументированные ответы на вопросы билета и дополнительные вопросы, использует примеры и развернутые комментарии к ним; - оценка «хорошо» выставляется студенту, если он демонстрирует хорошие теоретические знания, но не всегда способен проиллюстрировать их убедительными примерами; дает уверенные ответы на вопросы билета, но некоторые дополнительные вопросы у него вызывают затруднения; - оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он недостаточно уверенно отвечает на вопросы билета, сталкивается со сложностями при ответе на некоторые дополнительные вопросы, затрудняется привести примеры; - оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не освоил теоретический материал курса, допускает существенные ошибки, демонстрирует неумение применять специальные термины для объяснения конкретных фактов и решения практических задач.

Компетенция: ПК-2: способность в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах.

Этап формирования компетенции: второй.

Средство оценивания: дебаты.

Методика оценивания: выставление оценки «зачтено»/ «не зачтено».

Наименование оценки	Критерий
Участие в дебатах: «зачтено» /«не зачтено»	- «зачтено» выставляется студенту, если он принимал активное участие в подготовке и проведении дебатов; - «не зачтено» выставляется студенту, если он не подготовился к проведению дебатов и не участвовал в обсуждении проблемных вопросов

Компетенция: ПК-2: способность в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах.

Этап формирования компетенции: второй, третий.

Средство оценивания: практические задания.

Методика оценивания: выставление оценки «зачтено»/ «не зачтено».

Наименование оценки	Критерий
Выполнение практических заданий: «зачтено» /«не зачтено»	- «зачтено» выставляется студенту, если он вовремя и в полном объеме выполнил все практические задания; - «не зачтено» выставляется студенту, если он не справился с выполнением заданий.

Критерии оценки работы студента с практическими заданиями:

1. Соответствие решения сформулированным в задании вопросам (адекватность проблеме и ситуации на современном рынке рекламы и PR).
2. Оригинальность подхода (новаторство, креативность).
3. Глубина проработанности темы (обоснованность и комплексность решения, наличие альтернативных вариантов, прогноз).

Критерии оценки участия студентов в дебатах:

1. Знание и понимание теоретического материала:
 - определяет рассматриваемые понятия четко и полно, приводя соответствующие примеры;
 - используемые термины строго соответствуют теме.
2. Анализ и оценка информации:

- грамотно применяет категории анализа;
- умело использует приемы сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений;
- способен объяснить альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему;
- диапазон используемого информационного пространства (студент использует большое количество различных источников информации);
- обоснованно интерпретирует текстовую информацию с помощью графиков и диаграмм;
- дает личную оценку проблеме.

3. Построение суждений:

- ясность и четкость изложения;
- логика структурирования доказательств;
- выдвинутые тезисы сопровождаются грамотной аргументацией;
- приводятся различные точки зрения и их личная оценка.

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная литература (все источники размещены в ЭБС Znanium.com <http://znanium.com/>):

1. Интернет-журналистика и интернет-реклама: Учебное пособие / Шпаковский В.О., Розенберг Н.В., Егорова Е.С. Вологда: Инфра-Инженерия, 2018.
2. Интернет-журналистика / Калмыков А.А., Коханова Л.А. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.

Дополнительная литература (все источники размещены в ЭБС Юрайт <https://www.biblio-online.ru/>):

1. Баранова Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры. М.: Издательство Юрайт, 2019.
2. Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2018. 341 с.

8. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины (модуля) (ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»)

Электронная информационно-образовательная среда вуза <http://ksei.ru/eios/>

ЭБС Znanium.com <http://znanium.com/>

ЭБС Юрайт <https://www.biblio-online.ru/>

НЭБ Elibrary <https://elibrary.ru>

Библиотека КСЭИ <http://ksei.ru/lib/>

Справочная система Консультант Плюс (доступ в читальном зале библиотеки).

Интернет–ресурсы:

Международная федерация журналистов – www.ifj.org

Европейский центр журналистики – www.ejc.nl

Французский институт прессы, Университет Париж-2 Пантеон, Франция – www.journalistes

Department of Communication Trinity University – <http://www.trinity.edu/departments/communication/courses.html>

Institute of European Studies – <http://ies.berkeley.edu/grants/index.html#letop>

Союз журналистов России – www.ruji.ru

Центр экстремальной журналистики России – www.cjes.ru

Фонд защиты гласности – www.gdf.ru

Медиасоюз РФ – www.ms.ru

Информационный портал для медиасообщества «Корпункт» – www.korpunkt.ru

Портал социально-гуманитарного и политологического образования – www.auditorium.ru

Журнал «Индекс. Досье на цензуру» – www.index.org.ru

Интернет-журнал медиакритики и медиаобразования – www.media-edu.ru

Проект «МедиаСпрут» – www.mediasprut.ru

Центр карьеры в СМИ – www.mmcc.ru

Средства массовой информации в интернете – www.smi.ru

Институт развития прессы (ИРП) – www.pdi.ru

Институт региональной прессы – <http://pdi.spb.ru>

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Электронная информационно-образовательная среда вуза <http://ksei.ru/eios/>
2. ЭБС Znanium.com <http://znanium.com/>
3. ЭБС Юрайт <https://www.biblio-online.ru/>
4. НЭБ Elibrary <https://elibrary.ru>
5. Библиотека КСЭИ <http://ksei.ru/lib/>
6. Справочная система Консультант Плюс (доступ в читальном зале библиотеки).
7. Лицензионные программы, установленные на компьютерах, доступных в учебном процессе:
 - Microsoft Office Word 2007
 - Microsoft Office Excel 2007
 - Microsoft Office Power Point 2007
 - Microsoft Office Access 2007
 - Adobe Reader
 - Google Chrome
 - Mozilla Firefox
 - Kaspersky Endpoint-Security 10

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

11. Входной контроль знаний

Входной контроль знаний, умений и навыков обучающихся проводится в начале изучения дисциплины (модуля) – на первом занятии и позволяет оценить качество подготовки обучающихся по предшествующим дисциплинам (модулям), изучение которых необходимо для успешного освоения указанной дисциплины (модуля), а также помочь в совершенствовании и актуализации методик преподавания дисциплин (модулей). Предшествующими выступают такие дисциплины, как: «Основы журналистики», «Программные средства обработки информации», «Конвергентная журналистика».

Вариант №1

1. Обозначьте три необходимых условия информативности аудитории, при соблюдении которых можно добиться прагматической адекватности текста: а) диффамация, оперативность, актуальность, б) точность, релевантность, аксиологичность, в) небанальность, декодируемость, релевантность, г) декодируемость, креативность, хроникальность.	6. Заголовочный комплекс материала – это комбинация: а) заголовка, подзаголовка и названия рубрики; б) заголовка и лида; в) заголовка, подзаголовка и лида; г) всех заголовков, расположенных на одной странице издания.
2. Что обозначает формула Д-Ж-Т-А? а) массово-информационный процесс, б) создание текста произведения, в) структура массового сознания, г) система СМИ.	7. Интерактивность интернет-СМИ проявляется: а) в возможности незамедлительной обратной связи, б) в сопровождении сообщений звуковыми файлами и видеорядами; в) в доступе к уточняющей информации при помощи гиперссылок; г) в возможности обратиться к сообщению повторно в любое время
3. Назовите автора теории глобальной деревни: а) М. Маклюэн, б) Г. Лассауэл,	8. Найдите лишнюю характеристику массовой информации: а) ограниченная аудитория; б) специфический канал передачи –

в) Д.Белл, г) К. Манхейм.	СМИ; в) легкость усвоения и удобный режим получения; г) непосредственная связь с массовой культурой.
4. Выберите самое широкое из представленных понятий: а) массовые информационные потоки; б) социальная информация; в) массовая информация; г) специализированная информация.	9. В 60-е гг. XX в. этот исследователь высказал мысль о том, что средство коммуникации само по себе является сообщением: а) Д. Белл, б) Х. Ортега-и-Гассет, в) Э. Бернз, г) М. Маклюэн.
5. Тип мышления, при котором окружающий мир превращается для человека в мозаику разрозненных образов, постоянно сменяющих друг друга, что не позволяет человеку длительное время сосредотачиваться на какой-либо информации и снижает его способность к анализу: а) мифологическим, б) творческим, в) образным, г) клиповым.	10. Как называется новая историческая фаза развития цивилизации, в которой главными продуктами производства являются информация и знания? а) индустриальное общество; б) цивилизованное общество; в) информационное общество; г) медиатизированное общество.

Вариант №2

1. Совокупность всех блогов принято называть: а) гиперпространство, б) информационное поле, в) блогпространство, г) блогосфера.	6. Первая в России ежедневная интернет-газета, не имевшая печатного аналога: а) «Лента.ру», б) «Газета.ру», в) «Вести.ру», г) «Новости.ру».
2. Сайт, созданный специально для продвижения какого-либо товара либо услуги или основного сайта: а) промосайт, б) корпоративный сайт, в) сайт - форум, г) сайт - визитка.	7. Доминирующую роль во всех областях жизни играет система массовых коммуникаций, реализованная с помощью компьютерных телекоммуникационных технологий, в частности технологий Интернета: а) в сетевой журналистике, б) в информационном обществе, в) в процессе переориентации экономики от товаропроизводства к сервису, г) в кибернетике.
3. Какие данные не прослеживаются счетчиками веб-сайтов? а) число уникальных посетителей, б) число переходов по ссылкам внутри сайта, в) возраст пользователей, г) страны, жители которых посещают сайт.	8. Основой журналистской деятельности является: а) образ; б) факт; в) проблема; г) Интернет.

4. Скриншот – это а) элемент навигации, б) синоним хостинга, в) снимок с экрана, г) элемент браузера.	9. Отметьте параметр, который имеет отношение к типологизации СМИ: а) способ доставки; б) вид онлайн-формата; в) регион распространения; г) авторский коллектив.
5. Что такое домен? а) это имя сайта в сети, по которому его находят, б) текстовое наполнение сайта, в) количество посетителей сайта, г) анализ текущей активности в сети.	10. Автор модели коммуникации, в которой коммуникационное действие раскрывается по мере ответа на вопросы: кто? сообщает что? по какому каналу? кому? с каким эффектом? а) Г. Лассуэлл, б) М. Маклюэн, в) Дж.Гербнер, г) К.Шеннон.

Вариант №3

1. Как называется информационно-наполненный дневник пользователя? а) тэг, б) файл, в) блог, г) браузер.	6. Отметьте три основных вида творческой деятельности любого журналиста: а) публицистическая, коммуникативная, организаторская; б) организаторская, редакторская, авторская; в) организаторская, авторская, публицистическая; г) авторская, организаторская, коммуникативная.
2. Назовите автора теории глобальной деревни: а) М. Маклюэн, б) Г. Лассауэл, в) Д.Белл г) К. Манхейм.	7. Подберите соответствующий термин данному описанию: «устойчивая форма отражения действительности, определяемая назначением журналистского произведения и особенностями композиционно-стилистических свойств» а) формат, б) жанр, в) композиция, г) контент.
3. Назовите «три стороны» журналистского текста в контексте массово-информационной деятельности: а) семантическая, синтактическая, прагматическая; б) стилистическая, прагматическая, семантическая; в) синтактическая, информационная, организационная; г) организационная, стилистическая, семантическая.	8. Суть теории социальной ответственности СМИ, возникшей в США на основе практики журналистики, состоит в следующем: а) социальная ответственность прессы перед обществом обеспечивается и контролируется государством; б) свобода прессы должна сочетаться с социальной ответственностью перед обществом; способствовать самостоятельному формированию взглядов и позиций аудитории путем представления обществу максимально полной и достоверной информации; в) социальная ответственность журналиста перед обществом состоит в неисполь-

	зовании непроверенной информации; г) ни один из предложенных вариантов ответов не отражает суть теории социальной ответственности.
4. Это краткий, компактный, лаконичный сайт, содержащий общую информацию о компании и роде оказываемых услуг: а) корпоративное представительство, б) визитка, в) электронный магазин, г) портал.	9. Информационное пространство – это: а) содержательная составляющая любого СМИ; б) пространство, сформированное сетью Интернет; в) пространство, в котором создается, перемещается и потребляется информация; г) мультимедийный ньюсрум.
5. Назовите направления реализации информационной политики СМИ: а) организация, планирование, информирование, б) информирование, пропаганда, агитация, в) пропаганда, агитация, организация, г) пропаганда, PR, агитация.	10. Как называется процесс двустороннего обмена информацией между отправителем и получателем, ведущий к взаимному пониманию ее интеллектуального и эмоционального содержания? а) коммуникация; б) интеракция; в) перцепция; г) кооперация.

12. Проверка остаточных знаний

Контроль наличия у обучающихся сформированных результатов обучения (знаний, умений и навыков) по настоящей дисциплине может быть проведен через 6-8 месяцев после завершения ее изучения. Данный контроль позволяет получить независимую оценку качества подготовки обучающихся. Формы контроля – компьютерное тестирование. Приведенный ниже материал внесен в соответствующее программное средство.

Вариант №1

1. Назовите автора теории глобальной деревни: а) М. Маклюэн, б) Г. Лассауэл, в) Д. Белл г) К. Манхейм.	6. Скриншот – это а) элемент навигации, б) синоним хостинга, в) снимок с экрана, г) элемент браузера.
2. Какие данные не прослеживаются счетчиками веб-сайтов? а) число уникальных посетителей, б) число переходов по ссылкам внутри сайта, в) возраст пользователей, г) страны, жители которых посещают сайт.	7. Что такое домен? а) это имя сайта в сети, по которому его находят, б) текстовое наполнение сайта, в) количество посетителей сайта, г) анализ текущей активности в сети.
3. Совокупность всех блогов принято называть:	8. Инструмент, позволяющий оценить популярность публикации в сети:

а) гиперпространство, б) информационное поле, в) блогпространство, г) блогосфера.	а) счетчик посещений, б) интерактивность, в) баннер, г) тэги.
4. Сайт, созданный специально для продвижения какого-либо товара либо услуги или основного сайта: а) промосайт, б) корпоративный сайт, в) сайт - форум, г) сайт - визитка.	9. В каком году был зарегистрирован домен ru, ставший основой рунета? а) 1987 г., б) 1990 г., в) 1992 г. г) 1994 г.
5. Первое русскоязычное СМИ, сделавшее ставку на полноценную мультимедийность: а) РИА НОВОСТИ, б) НТВ, в) Газета.ру г) РБК.	10. Как называется информационно-наполненный дневник пользователя? а) тэг, б) файл, в) блог, г) браузер.

Вариант №2

1. В типологии сайтов отсутствует такой вид как а) электронный магазин, б) портал, в) резюме, г) система управления предприятием.	6. Авторский проект «Вечерний Интернет» – это: а) первый в истории РУНЕТа общественно-политический интернет-журнал; б) первое в истории РУНЕТа ежедневное обозрение русской и мировой Сети под редакцией А. Носика; в) первая онлайн-версия печатного журнала; г) первый онлайн-журнал заметок «обо всем и ни о чем» Ивана Паравозова.
2. Первая в России ежедневная интернет-газета, не имевшая печатного аналога: а) «Газета.ру», б) «Лента.ру», в) «Вести.ру», г) «Вечерний Интернет».	7. «Кризис вторичности» в среде интернет-СМИ – это: а) стремление к сенсационности; б) недоступность интернет-изданий; в) дефицит информационных материалов, г) обезличивание информации, острый дефицит авторских материалов.
3. Что такое гипертекст? а) очень большой по объёму текстовый контент, б) текст, связанный ссылками с другими текстами, в) текст о важных событиях дня; г) текст с читательскими комментариями к материалу.	8. Основой журналистской деятельности является: а) образ, б) Интернет, в) проблема, г) факт.
4. Назовите первый интерактивный литературный проект, в русскоязычном сегменте Интернета, который вышел 10 октября 1995 года:	9. Автор модели коммуникации, в которой коммуникационное действие раскрывается по мере ответа на вопросы: кто? сообщает что? по какому каналу? кому? с каким эф-

а) «Литература.ру», б) «РОМАН», в) «Литературная Москва» г) «СТИХИ И ПРОЗА».	фектом? а) Г. Лассуэлл, б) М. Маклюэн, в) Дж. Гербнер, г) К. Шеннон.
5. Доминирующую роль во всех областях жизни играет система массовых коммуникаций, реализованная с помощью компьютерных телекоммуникационных технологий, в частности технологий Интернета в: а) сетевой журналистике, б) в информационном обществе, в) в процессе переориентации экономики от товаропроизводства к сервису, г) в кибернетике.	10. Обозначьте три необходимых условия информативности аудитории, при соблюдении которых можно добиться прагматической адекватности текста: а) диффамация, оперативность, актуальность, б) точность, релевантность, аксиологичность, в) небанальность, декодируемость, релевантность, г) декодируемость, креативность, хроникальность.

Вариант №3

1. Впервые термин «новая журналистика» обозначил: а) Томас Вулф, б) Питер Томсон, в) Майкл Мур, г) Карл Бернстайн.	6. Это краткий, компактный, лаконичный сайт, содержащий общую информацию о компании и роде оказываемых услуг: а) корпоративное представительство, б) визитка, в) электронный магазин, г) портал.
2. Веблог – это а) периодическое издание, б) социальная сеть, в) программа перекодировки HTML-текста, г) сетевой журнал, дневник событий.	7. Назовите направления реализации информационной политики СМИ: а) организация, планирование, информирование, б) информирование, пропаганда, агитация, в) пропаганда, агитация, организация, г) пропаганда, PR, агитация.
3. В каком году в США появилась первая электронная газета The Electronic Club? а) в 1990 г., б) в 1989 г., в) в 1991, г) в 1994 г.	8. Выберите самое широкое из представленных понятий: а) массовые информационные потоки; б) социальная информация; в) массовая информация; г) специализированная информация.
4. Назовите «три стороны» журналистского текста в контексте массово-информационной деятельности: а) семантическая, синтактическая, прагматическая; б) стилистическая, прагматическая, семантическая; в) синтактическая, информационная, организационная; г) организационная, стилистическая, семантическая.	9. Тип мышления, при котором окружающий мир превращается для человека в мозаику разрозненных образов, постоянно сменяющих друг друга, что не позволяет человеку длительное время сосредотачиваться на какой-либо информации и снижает его способность к анализу: а) мифологическим, б) творческим, в) образным, г) клиповым.

5. Найдите лишнюю характеристику в классификации веб-изданий: а) клоны несетевых изданий; б) издания, существующие только в Интернете; в) гендерные издания; г) смешанные издания.	10. Заголовочный комплекс материала – это комбинация: а) заголовка, подзаголовка и названия рубрики; б) заголовка и лида; в) заголовка, подзаголовка и лида; г) всех заголовков, расположенных на одной странице издания.
---	--

Вариант №4

1. Как называется крупный веб-ресурс, предназначенный для формирования некоего Интернет-сообщества, объединяющий множество различных сервисов, представляющий клиентам возможность покупки товаров, партнерам – обмен информацией? а) портал, б) корпоративное представительство, в) информационный сайт, г) система управления предприятием.	6. Основой для выделения интернет-СМИ в отдельную категорию СМИ являются следующие признаки: а) уникальность способа распространения информации; б) техническая опосредованность передачи и распространения информации, доступность индивидуального приема информации; в) гипертекстуальность, мультимедийность, возможность интерактивного потребления информационного продукта; г) отсутствие цензуры.
2. Назовите первую американскую электронную газету: а) Washington Post, б) The Electronic Club, в) Newsweek, г) USA Today.	7. Найдите лишнюю характеристику массовой информации: а) ограниченная аудитория; б) специфический канал передачи – СМИ; в) легкость усвоения и удобный режим получения; г) непосредственная связь с массовой культурой.
3. Промоушн-сайт – это: а) сайт, являющийся прямой рекламой отдельно взятого товара или события; б) сайт, интегрированный в корпоративную информационную систему управления предприятием; в) сайт, предназначенный для продажи товаров, услуг через Интернет; г) сайт, содержащий общую информацию о компании и роде оказываемых услуг.	8. Понятие «массовая коммуникация» появилось: а) в 40-х гг. XX в. во Франции; б) 60-х гг. XX в. в СССР; в) 20-х гг. XX в. в США; г) 80-х гг. XX в. в Германии.
4. Что обозначает формула Д-Ж-Т-А? а) массово-информационный процесс, б) создание текста произведения, в) структура массового сознания, г) система СМИ.	9. Одностраничный сайт, основной задачей которого является сбор контактных данных целевой аудитории, усиление эффективности сообщения, рекламы, увеличение аудитории: а) таргетинг, б) брендинг, в) лендинг, г) конверсия.

5. Интерактивность интернет-СМИ проявляется: а) в возможности незамедлительной обратной связи, б) в сопровождении сообщений звуковыми файлами и видеорядами; в) в доступе к уточняющей информации при помощи гиперссылок; г) в возможности обратиться к сообщению повторно в любое время.	10. Как называется разновидность журналистики, при которой с помощью 3D-технологий и технологий виртуальной реальности создается эффект присутствия в конкретном месте, описываемом в новостных материалах, репортажах с места событий и документальных фильмах? а) мультимедийная журналистика, б) конвергентная журналистика, в) журналистика данных, г) иммерсивная журналистика.
--	---

Вариант №5

1. Назовите первую в России ежедневную интернет-газету, которая вышла в свет 1 марта 1999 года а) dni.ru, б) news.ru, в) lenta.ru, г) gazeta.Ru.	6. Информационное пространство – это: а) содержательная составляющая любого СМИ; б) пространство, сформированное сетью Интернет; в) пространство, в котором создается, перемещается и потребляется информация; г) мультимедийный ньюсрум.
2. Какие задачи не выполняет сайт-визитка? а) проведение маркетинговых исследований, б) представление компании, в) вызов интереса к компании, г) обеспечение запоминаемости.	7. Как называется процесс двустороннего обмена информацией между отправителем и получателем, ведущий к взаимному пониманию ее интеллектуального и эмоционального содержания? а) коммуникация; б) интеракция; в) перцепция; г) кооперация.
3. Подберите соответствующий термин данному описанию: «устойчивая форма отражения действительности, определяемая назначением журналистского произведения и особенностями композиционно-стилистических свойств» а) формат, б) жанр, в) композиция, г) контент.	8. Назовите функцию массовых коммуникаций, состоящую в развлечении, получении радости и удовольствия: а) культуроформирующая; б) гедонистическая; в) рекламно-справочная; г) компенсаторная.
4. В 60-е гг. XX в. этот исследователь высказал мысль о том, что средство коммуникации само по себе является сообщением: а) Д. Белл, б) Х. Ортега-и-Гассет, в) Э. Берниз, г) М. Маклюэн.	9. Формат подачи журналистских материалов в Интернете, представляющий собой большое количество текста, разбитого на части с помощью различных мультимедийных элементов: фотографий, видео, аудио, инфографики и др.: а) облако тэгов, б) тайм-линия, в) лонгрид, г) гипертекст.
5. Как называется новая историческая фаза развития цивилизации, в которой главными	10. Назовите специфические свойства Интернет-СМИ:

продуктами производства являются информация и знания? а) индустриальное общество; б) цивилизованное общество; в) информационное общество; г) медиатизированное общество.	а) линейность, многофункциональность, интерактивность; б) гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность; в) контекстуальность, интерактивность, инфоцентричность; г) нелинейность, инфоцентричность, мультимедийность.
---	---