

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования\_  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт филологии и журналистики

---

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Конвергентная журналистика и новые медиа

---

Уровень высшего образования

Магистратура

---

Направление подготовки / специальность

42.04.02 - Журналистика

---

Направленность образовательной программы

Искусственный интеллект и журналистика данных

---

Форма обучения

очная

---

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.О.11 Конвергентная журналистика и новые медиа относится к обязательной части образовательной программы.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ОПК-4: Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1: Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп ОПК-4.2: Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые журналистские тексты и (или) продукты	ОПК-4.1: Знать специфику аудитории СМИ, иметь представление о роли аудитории в потреблении и производстве массовой информации, знать методы изучения аудитории;  Уметь интерпретировать данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп;  Владеть навыками анализа аудитории СМИ, а также интерпретации данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп и их использования в профессиональной деятельности;  ОПК-4.2: Уметь использовать в практической деятельности методы изучения аудитории, использовать основные методы изучения общественного мнения и эффективные формы взаимодействия с ним; -прогнозировать	Деловая игра Практическое задание	Экзамен: Контрольные вопросы Тест

		<p>потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые журналистские тексты и (или) продукты;</p> <p>Знать методы изучения аудитории, понимать социальный смысл общественного участия в функционировании СМИ, природу и роль общественного мнения, знать основные методы его изучения, использовать эффективные формы взаимодействия с ним;</p> <p>- потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые журналистские тексты и (или) продукты</p> <p>Владеть навыками использования знаний о методах изучения аудитории, понимании социального смысла общественного участия в функционировании СМИ, природы и роли общественного мнения при создании журналистских текстов и (или) продуктов;</p> <p>-анализа и самоанализа практической деятельности в контексте использования знаний о потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые журналистские тексты и (или) продукты</p>		
ОПК-6: Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<p>ОПК-6.1: Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-6.2: Адаптирует возможности новых стационарных и мобильных цифровых устройств к профессиональной деятельности журналиста</p>	<p>ОПК-6.1:</p> <p>Знать глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности;</p> <p>Уметь отслеживать глобальные тенденции модернизации технического оборудования,</p>	Деловая игра	<p>Экзамен:</p> <p>Контрольные вопросы</p> <p>Тест</p>

		<p>программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности;</p> <p>Владеть навыками практического использования знаний о глобальных тенденциях модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-6.2: Знать технологии и возможности использования современных стационарных и мобильных цифровых устройств на всех этапах создания журналистского текста и (или) продукта;</p> <p>специфику работы журналиста в условиях мультимедийной среды;</p> <p>Уметь применять и использовать возможности современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания журналистского текста и (или) продукта; применять в профессиональной деятельности методы и технологии подготовки медиапродукта в разных знаковых</p>		
--	--	---	--	--

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная
--	-------

<b>Общая трудоемкость, з.е.</b>	<b>3</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>108</b>
в том числе	
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>	
- занятия лекционного типа	<b>16</b>
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	<b>16</b>
- КСР	<b>2</b>
<b>самостоятельная работа</b>	<b>38</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>36</b> <b>Экзамен</b>

### 3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/ лабора торные работы), часы	Всего	
	о ф о	о ф о	о ф о	о ф о	о ф о
1. Основные тенденции и процессы в цифровой медиасреде	14	4	4	8	6
2. Сущность феномена новых медиа	11	4	3	7	4
3. Типология платформ новых медиа	13	2	3	5	8
4. Понятие и виды конвергенции	8	2	2	4	4
5. Дистрибуция контента	12	2	2	4	8
6. Изучение аудитории конвергентного медиа	12	2	2	4	8
Аттестация	36				
КСР	2				2
Итого	108	16	16	34	38

#### Содержание разделов и тем дисциплины

1. Основные тенденции и процессы в цифровой медиасреде. Медиаглобализация. Фиаско концепции «нового информационного порядка». Проблема «цифрового разрыва». Тенденции изменения количества пользователей Интернета в мире и по странам. Диверсификация контента. Феномен глокализации. Сегментирование, сужение аудитории. «Исчезновение» массовой аудитории. Персонализация контента. Формирование цифровой среды, минусы и плюсы. Конвергенция: слияние технологий, слияние СМИ, слияние жанров, форматов, журналистских навыков, слияние рынков. Утрата СМИ монополии на распространение контента. Рост роли соцсетей в мире и России. Источники трафика интернет-СМИ. Рост мобильного потребления в мире и России и популярности СМИ, созданных для мобильных

устройств. Возврат "длинного" медиапотребления. Почтовая рассылка как замена СМИ. Визуализация данных. Объяснительная журналистика. Партиципация в журналистике. Прозрачность редакционной работы. Борьба платформ за авторов. Бум аудиоподкастов. Подчинение дистрибуции алгоритмам платформ. Модель Connected TV. Генеративные нейросети в журналистике. Нейросеть как автор текстов, изображений, редактор, ведущий, продюсер и проч. Проблема дипфейков.

2. Сущность феномена новых медиа. Категория "медиа" в концепции М.Маклюэна. Горячие и холодные медиа: современная трансформация парадигмы. Понятие массмедиа. Проблема категории массовости. Трансформация понятий массовая информация и массовая аудитория. Многозначность понятия "информация". Соотношение категорий медиа, массмедиа, СМК, СМИ. Система традиционных и новых медиа. Свойства новых медиа: сетевые технологии, интерактивность, гипертекстуальность, мультимедийность, изменяемость. Технологии Веб 2.0. и Веб 3.0. Концепция "освобожденного авторства" и "вирусного редактора". Принципы работы с гиперссылками. Влияние принципа изменяемости на работу авторов и самого издания. Сущность мультимедийности. Мультимедиа, кроссмедиа, трансмедиа. Дискуссии о "новизне" медиа. Два проявления "нового журнализма" в истории журналистики.

3. Типология платформ новых медиа. Платформы новых медиа. Социальные медиа. Официальные сайты, в том числе сайты СМИ. Социальные медиа. Социальные сети, развитие, возникновение, типология. Блоги - плюсы и минусы. Форумы. Вики. Развлекательные сообщества. Подкастинг. Видеохостинг и влоги. Развитие журналистики на YouTube. Мессенджеры, распространение мессенджеров, мировые тенденции. Рекомендательные платформы ("Дзен"). "Цензура" "Дзена". Сервисы для стрима. Многопользовательские онлайн-игры. Сущность и разновидности интернет-СМИ.

4. Понятие и виды конвергенции. Конвергенция в различных науках. 5 процессов в рамках медиаконвергенции: Технологическая конвергенция; Экономическая конвергенция; Социальная конвергенция; Культурная конвергенция; Глобальная конвергенция. Виды конвергенции по Ричу Гордону: Конвергенция собственности; Тактическая конвергенция; Структурная конвергенция; Конвергенция способов сбора информации; Конвергенция способов рассказа о событиях. Понятие конвергентной журналистики и ее задачи. Проблема развития феноменов пиарналистики. Проблема применения термина "конвергенция"

5. Дистрибуция контента. Алгоритм запуска / обновления концепции конвергентного СМИ. Миссия издания. Изучение аудитории. Система метрик. Определение каналов дистрибуции. Фиксация регламентов. Плюсы и минусы многоканальности. Плюсы и минусы каналов дистрибуции: сайт; блог и работа с блогерами; соцсети; мессенджеры; Видеохостинги; Подкасты и аудиосервисы; Почтовая рассылка; Персональные рекомендательные системы («Дзен»).

6. Изучение аудитории конвергентного медиа. Методы изучения аудитории и проблемы их применения. Проблема формирования портрета аудитории. Описание аудитории по методам персонажей. Алгоритм создания персонажа. Создание персонажей для каждой площадки СМИ. Применение персонажей при формировании контент-стратегии на каждой площадке СМИ.

Практические занятия /лабораторные работы организуются, в том числе, в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

На проведение практических занятий / лабораторных работ в форме практической подготовки отводится: очная форма обучения - 16 ч.

#### **4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Мультимедийные технологии СМИ / Н. О. Автаева, В. А. Бейненсон, К. А. Болдина [и др.] ; ННГУ им. Н. И. Лобачевского. - Нижний Новгород : Изд-во ННГУ, 2020. - 171 с. URL: <http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=794531&idb=0>

## **5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

### **5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:**

#### **5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Деловая игра) для оценки сформированности компетенции ОПК-4:**

Игра моделирует процесс планирования работы конвергентной редакции. Задача – разработать тактику реализации информационных поводов дня по различным медиаплатформам в рамках ковергентной редакции.

Проведение игры возможно в 2 вариантах.

Первый вариант предполагает предварительный поиск студентами актуальных на день занятия информационных поводов для университетского СМИ. В итоге с группы студентов в начале занятия следует отобрать 13-15 подходящих информационных поводов.

Второй вариант предполагает подготовку информационных поводов дня преподавателем.

#### **Создаем издание (группа не более 4 чел.):**

- Название издания и его миссия (идея, 1 фраза)
- Концепция (цель, темы, отличия от конкурентов, форматы, монетизация - полстранички)
- Определить конкурентов (не только СМИ!)
- Каналы дистрибуции (не менее 3-4 – сайт + что-то еще)
- Создаем по одному персонажу для КАЖДОЙ платформы вашего бренда (по методу персонажей)
- Найти информационные поводы – по 3 заголовка для каждой платформы. Для каждого канала могут быть свои новости или повторяться. Определить формат подачи для каждого информповода.

Задание готовится по группам – не более 3-4 человек в группе

СМИ можно создавать для любого города

3-4 платформы – это сайт плюс что-то еще на выбор (соцсети, мессенджеры, YouTube, подкасты и др.)

Для каждой платформы создается портрет отдельного персонажа (с фото, именем, деталями биографии, системой ценностей) – информповоды площадки подбираем «для него», но в рамках концепции издания.

Образ ОДНОГО персонажа должен состоять из элементов:

- Фото

- Имя
- Возраст
- Сфера деятельности
- Любит
- Ненавидит
- Вдохновляется
- Проводит свободное время
- Ценности
- Авторитеты
- Как потребляет ваше СМИ (!)

Можно добавить и другие характеристики

Задание каждая группа готовит в виде общей презентации с перечислением ее авторов и демонстрирует концепцию своего проекта.

### **5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Деловая игра) для оценки сформированности компетенции ОПК-6:**

Игра рассчитана на два академических часа и представляет собой эксперимент по публикации в соцсети «ВКонтакте» контента разного типа и анализ реакции аудитории. Студенты выступают в роли SMM-редакторов, размещающих в социальной сети свой оригинальный контент, а также контент СМИ.

#### **Цель**

Формирование представлений о специфике работы СМИ в социальных сетях, функциях, задачах и возможностях брендовых аккаунтов СМИ; об особенностях методов расширения аудитории и продвижения публикации в социальной сети; о роли SMM-редактора в мультимедийной редакции.

Студенты делятся на группы по 4-5 человек. Группа получает задание провести эксперимент по продвижению 4 постов разного типа в социальных сетях.

Студенты должны на личной странице «ВКонтакте» одного из участников группы опубликовать пост и следить за его распространением в соцсети. Для публикации 4 постов должны быть соответственно выбраны аккаунты четырех разных студентов из данной мини-группы (по одному посту у каждого из 4 выбранных студентов).

Задача: получить как можно более широкий отклик аудитории (лайки, репосты, комментарии, просмотры).

Студенты должны представить результаты эксперимента в виде презентации с использованием простой инфографики, выполненной в любом сервисе, а также сделать выводы о характере работы с разным типом контента.

На занятии демонстрируются презентации групп, подводятся итоги, обсуждаются результаты эксперимента.

### **Критерии оценивания (оценочное средство - Деловая игра)**

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	По итогам игры представлено нужное количество заданий, все характеристики обозначены, выводы обоснованы
не зачтено	По итогам игры не представлено нужное количество заданий, часть характеристик отсутствует

### 5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ОПК-4:

Задание 1.

Провести анализ ДВУХ YouTube-каналов (на выбор) с журналистским контентом:

1. Общая характеристика канала

- Название канала, адрес
- Когда появилось первое видео на канале
- Сколько вышло выпусков
- Сразу ли на канале появился проект с концепцией или был этап экспериментов?

2. Охарактеризовать проекты (проект), выпускаемые каналом:

Если на канале выходит несколько проектов, описать 2-3 из них. Остальные можно просто перечислить.

- Какова концепция, идея проекта;
- Есть ли постоянный автор/авторы (в кадре, за кадром);
- Краткая информация об авторе: возраст, предыдущий журналистский опыт, образование и др.
- Какие используются журналистские жанры/жанр;
- Тематика (примеры тем выпусков);
- Кто обычно является героями выпусков (привести примеры);
- Характерный примерный хронометраж выпусков;
- Целевая аудитория;
- Кто является конкурентом данного проекта (если ли похожие)
- Чем данный проект отличается от конкурентов: в чем его преимущества и недостатки
- Насколько профессионально выполнена режиссура выпусков (съемки, монтаж, графика, работа со звуком). Следует ли в этом канал ютьюбовским трендам или следует телевизионным канонам? Привести примеры
- Как продвигается контент канала, на каких площадках (соцсети, мессенджеры).

3. Сделать вывод о сходстве и различии концепций и стратегий обоих каналов

Задание 2.

Выбрать 3 Телеграм-канала неразвлекательной направленности (общественно-политическая тематика):

1. Официального СМИ (газета, телеканал, сетевое издание информагентство)
2. Информального медиа, где основной площадкой может быть сам Телеграм-канал, YouTube-проект, канал на «Дзене» и др.

- Нижегородский канал неразвлекательной тематики – любой – СМИ или информальное медиа.

Провести анализ трех каналов по следующим пунктам:

- Название, адрес
- Характеристика бренда: если канал авторский – кто автор, если канал СМИ – краткая характеристика СМИ (государственное или частное, позиция и проч.)
- Общая тематическая и идеологическая направленность, концепция, (основная идея канала, tone of voice)
- Количество подписчиков
- Когда создан
- Кто является конкурентом
- Предполагаемая целевая аудитория
- Как часто выходят публикации (примерное количество в сутки)
- Основные форматы публикаций (текст, текст+фото, текст+видео (профессиональное или любительское), голосования, инфографика, подводка со ссылкой и др. *Прикрепите 2-4 скриншота типичных публикаций.*
- Много ли перепостов из других каналов (того же бренда и других)
- Какие отношения у канала с другими площадками бренда, есть ли взаимное продвижение? Есть ли задача у канала направить аудиторию на другие площадки проекта (трансмедийность)? Публикуются ли ссылки на другие платформы этого же бренда
- Есть ли на канале интерактивные возможности: лайки/реакции, интерактивные публикации (голосования), комментарии. Если комментарии открыты, много ли их, активна ли аудитория.
- Возвращается ли канал к предыдущим своим публикациям: дополняет, исправляет, извиняется, пишет, что проблема, о которой писали, решена и проч.

Подобный разбор нужно сделать для каждого из 3 каналов.

### Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Анализ проведен по всем пунктам задания, анализ всех параметров и выводы обоснованы
не зачтено	Допущены серьезные пропуски параметров при выполнении задания, есть грубые ошибки

## 5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

### Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний	Уровень знаний ниже	Минимально	Уровень знаний в	Уровень знаний в	Уровень знаний в	Уровень знаний в

	теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	минимальных требований. Имели место грубые ошибки	допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

### Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	<b>превосходно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	<b>отлично</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	<b>очень хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	<b>хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	<b>удовлетворительно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»

<b>не зачтено</b>	<b>неудовлетворительно</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	<b>плохо</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

### **5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:**

#### **5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ОПК-4**

Основные «базовые» процессы в цифровой медиасреде: глобализация, диверсификация, дигитализация, конвергенция.

Основные процессы в цифровой медиасреде 21 века: трансляционной монополии СМИ, роль соцсетей, роль мобильного потребления, «длинное» медиапотребление, визуализация и др.

Основные тенденции в цифровой среде 10-х годов: избыток контента, пользователь-соавтор, автоматизация в журналистике, аудиоподкасты, формирование сообществ, авторские медиа, подчиненность алгоритмам и др.

Новые медиа и их факультативные свойства.

Концепции А. Мирошниченко об «освобожденном авторстве» и «вирусном редакторе» как реализация принципа интерактивности.

Web 3.0 как система персонализации информации: концепции «семантической паутины», «менеджеров знаний», современные технологии машинного обучения (нейросети).

Новые медиа и новая журналистика: специфика явлений.

Блоги в структуре социальных медиа.

Особенности российского подкастинга. Работа СМИ в формате подкастов (с примерами).

Видеохостинги и влоги. Проблема типологизации влогов.

Традиционные жанры в журналистских влогах (с примерами).

Мессенджеры как тип социальных медиа. Телеграм-каналы в работе СМИ.

Разнообразие трактовок понятия «интернет-СМИ». Соотношение понятий «интернет-СМИ» и «сетевое издание». Сходства и различия интернет-СМИ и традиционных СМИ.

Понятие «конвергенция» в немедийных науках.

Типы процессов в рамках медиаконвергенции (технологическая, экономическая, социальная, культурная, глобальная конвергенция).

Виды конвергенции в медиахолдинге по Ричу Гордону.

Алгоритм запуска/перезапуска концепции нового издания.

Преимущества и недостатки каналов дистрибуции контента СМИ

Изучение аудитории «методом персонажей»: цель, алгоритм, работа с результатом.

### **5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ОПК-6**

Принципы и проблемы подбора материалов для «обвязки» («обвеса») в СМИ.

Преимущества и недостатки работы СМИ и блогеров в рекомендательной системе «Дзен»

Типология интернет-СМИ по различным основаниям *(с примерами и обоснованиями на каждый случай)*.

Многообразие типологий понятия «конвергенция» (Е. Вартанова; В. Шеремет; А. Фагерйорд и Т. Сторсул; Е. Баранова; Е. Олешко и др.: 2-3 типологии на выбор)

Основные принципы работы СМИ в социальных сетях.

Приемы привлечения аудитории к контенту СМИ в социальных сетях (с примерами).

Требования к профессии журналиста в условиях конвергенции

### **Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)**

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки и требований программы дисциплины
отлично	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе дисциплины, без ошибок
очень хорошо	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе дисциплины. Допущено несколько несущественных ошибок
хорошо	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе дисциплины. Допущено несколько негрубых ошибок
удовлетворительно	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок
неудовлетворительно	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки при ответе на вопросы
плохо	Отсутствие знаний материала. Невозможность оценить полноту знаний

Оценка	Критерии оценивания
	вследствие отказа обучающегося от ответа на вопросы

### 5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ОПК-4

Что является проявлением партиципаторной модели в СМИ (более 1 ответа)

- Регулярное проведение фактчекинга новостей
- Ведение раздела блогов на сайте СМИ
- Благотворительные акции, проводимые СМИ
- Раздел «предлагаемые новости» в соцсетях или на сайте

### 5.3.4 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ОПК-6

Гипертекстуальность позволяет (более 1 ответа):

- Дольше удержать пользователя на странице
- Увеличить рекламную эффективность материала
- Сделать проработку темы более детальной
- «Проводить» пользователя до конца материала

### Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Более 85%
отлично	76-85%
очень хорошо	66-75%
хорошо	56-65%
удовлетворительно	45-55%
неудовлетворительно	30-44%

Оценка	Критерии оценивания
плохо	Менее 30%

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Баранова Е. А. Конвергентная журналистика / Баранова Е. А. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 156 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/489141> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-13584-8 : 559.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=787691&idb=0>.
2. Баранова Екатерина Андреевна. Новые реалии развития редакций, или Что такое газетная конвергенция : Монография / Российский государственный социальный университет. - 1. - Москва : Вузовский учебник, 2022. - 187 с. - ДПО - повышение квалификации. - ISBN 978-5-9558-0449-1. - ISBN 978-5-16-103157-5. - ISBN 978-5-16-011087-5., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=771925&idb=0>.
3. Молчанова Ольга Ильинична. Социальное управление процессами конвергенции в современной медиасфере : Монография / Санкт-Петербургский государственный экономический университет. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 241 с. - ВО - Магистратура. - ISBN 978-5-16-015086-4. - ISBN 978-5-16-107584-5., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=791698&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Лукина М.М. Интернет-СМИ: Теория и практика : учебное пособие / Лукина М.М. - Москва : Аспект-Пресс, 2013. - 348 с. - ISBN 978-5-7567-0542-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=772413&idb=0>.
2. Бакеева Д. А. Интернет-журналистика и новые медиа : учеб. пособие / Бакеева Д. А. - Саранск : МГУ им. Н.П. Огарева, 2021. - 72 с. - Книга из коллекции МГУ им. Н.П. Огарева - Журналистика и медиабизнес. - ISBN 978-5-7103-4223-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=861495&idb=0>.
3. Устюжанина Д. А. Интернет-журналистика : учебное пособие / Устюжанина Д. А. - Красноярск : СФУ, 2019. - 120 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции СФУ - Журналистика и медиабизнес. - ISBN 978-5-7638-3995-1., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=733074&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

<http://www.mediascope.ru> «Медиаскоп» - электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. Ломоносова

<http://mediaalmanah.ru/> - «Медиаальманах» – научный журнал Партнерства факультетов журналистики

<http://elibrary.ru> - E-library - российская научная электронная библиотека

<http://www.vestnik.unn.ru> - Вестник ННГУ им. Н.И. Лобачевского

<http://www.lib.unn.ru> - Фундаментальная библиотека ННГУ им. Н.И. Лобачевского  
<https://jrnlst.ru/> Сетевая версия журнала «Журналист»

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 42.04.02 - Журналистика.

Автор(ы): Бейненсон Василиса Александровна, кандидат филологических наук.

Заведующий кафедрой: Савинова Ольга Николаевна, доктор политических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12.01.2024, протокол № 12.