

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины «Интернет СМИ» является приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков, необходимых для работы в формате интернет-журналистики. Курс призван дать обобщенную информацию по этапам создания интернет СМИ, принципах их работы.

Задачи освоения содержания курса – получить навыки организации цифрового вещания, интерактивного общения со своей аудиторией в разных формах, научиться устанавливать коммуникативно-информационные связи, используя различные медийные средства и новейшие технологии.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Интернет СМИ» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана ОПОП.

Пререквизиты дисциплины: «Теория и практика журналистской деятельности», «Работа в конвергентной редакции».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
УК-1 способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;		Знать: специфику, историю и перспективы развития интернета как одного из средств современной коммуникации и как особого вида искусства в широком гуманитарном и культурном контексте; Уметь: организовать самостоятельный трудовой процесс, включающий: владение навыками работы в профессиональных коллективах; осуществлять скоординированное творческое взаимодействие участников процесса создания и распространения различных продуктов производства. Владеть: способностью быть готовым к кооперации с коллегами, к работе в коллективе;
ОПК-4 способность ориентироваться в основных этапах и процессах развития отечественной литературы и журналистики, использовать этот опыт в практике профессиональной деятельности;		Знать: особенности и специфики интернет-журналистики (информационной, проблемно-аналитической, музыкальной, коммерческой); Уметь: понимать процесс создания и распространения различных продуктов производства как многоаспектной индивидуальной и коллективной деятельности. Владеть: умением создавать, редактировать, трансформировать и оценивать текстовый, аудио-, видео- или интернет-материал; приводить его в соответствии с нормами, стандартами, форматами, стилями, техноло-

		гическими требованиями, принятыми на радио и в средствах массовой информации разных типов.
ОПК-5 способность ориентироваться в основных этапах и процессах развития зарубежной литературы и журналистики, использовать этот опыт в профессиональной деятельности		Знать: закономерности развития зарубежной журналистики, чтобы перенимать профессиональный опыт зарубежных СМИ, этапы взаимодействия журналистики и литературы, Уметь: анализировать чужой опыт и применять их для практики в российских СМИ. Владеть: общим пониманием исторических закономерностей в журналистике и литературе.
ОПК-6 способность анализировать основные тенденции формирования социальной структуры современного общества, ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ		Знать: основные тенденции формирования социальной структуры современного общества, Уметь: ориентироваться в различных сферах жизни общества. Владеть: основными инструментами, которыми пользуются интернет-СМИ для освещения социальной структуры современного общества.
ПК-12 понимание значения этических ориентиров и регуляторов журналистской деятельности, знание основных российских и международных документов по профессиональной этике		Знать: законы о СМИ и морально-нравственные ориентиры журналиста. Уметь: соблюдать профессиональные стандарты в многоконфессиональной и многонациональной среде. Владеть: понятиями, которые трактуются в профессиональных кодексах журналиста.

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа, 2 зачетные единицы.

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС		
1	Интернет-журналистика: технологические и социокультурные предпосылки.	5	1-2			4	4	2/50%	
2	Роль социальных сетей и гражданской журналистики Новые формы взаимодействия с целевой аудиторией.	5	3-4			4	4	2/50%	
3	Правовые и этические проблемы Авторское право, его реализация в создании сетевого содержания.	5	5-6			5	5	2,5/50%	Рейтинг-контроль №1
4	Мультимедийное журналистское произведение Особенности внимания сетевой аудитории.	5	7-8			4	4	2/50%	
5	Ключевые навыки интернет-журналиста Технологические навыки «он-лайн» журналистов.	5	9-12			5	5	2,5/50%	Рейтинг-контроль №2
6	Фотографии и изображения для WEB: композиция, редактирование, оптимизация, публикация	5	13-14			4	4	2/50%	
7	Запись и редактирование аудио для глобальных сетевых ресурсов (аудиоподкасты).	5	15-16			4	4	2/50%	
8	Статичная инфографика. Инфографика процессов	5	17-18			6	6	3/50%	Рейтинг-контроль №3
Всего за 5 семестр:						36	36	18/50%	Зачет
Наличие в дисциплине КП/КР									
Итого по дисциплине						36	36	18/50%	Зачет

Содержание лабораторных занятий по дисциплине «Интернет СМИ»

Тема №1. Интернет-журналистика: технологические и социокультурные предпосылки.

Развитие сетевых цифровых технологий, их влияние на медиаиндустрию. Формирование интернет-аудитории, ее диверсификация. Особенности медиапотребления интернет-аудитории, изменение структуры внимания. Слияние и взаимообогащение вербального и визуального содержания. Организация традиционной редакции и организация конвергентной редакции. Анализ опыта успешных конвергентных редакций. Мультиформатность и мультиплатформенность в организации контента.

Тема №2. Роль социальных сетей и гражданской журналистики Новые формы взаимодействия с целевой аудиторией.

Способность редакции и журналиста «конструировать свою аудиторию», «вращивать» ее интересы и внимание. Опыт работы с сообществом (комьюнити) успешных конвергентных редакций. Социальные сети как источники информации и корреспондентская среда. Журналист как модератор общественной дискуссии в он-лайн и оф-лайн сфере.

Тема №3. Правовые и этические проблемы Авторское право, его реализация в создании сетевого содержания.

Взаимодействие с гражданскими журналистами, фрилансерами. Проблема достоверности информации. Работа с открытыми источниками и проблема доказательства истинности информации.

Тема №4. Мультимедийное журналистское произведение Особенности внимания сетевой аудитории.

Селекция и релевантность содержания. Режиссура мультимедийного произведения: выбор средств и «точек захвата внимания», оптимизация смысловой структуры, гипертекста и хронометража. Формы и средства выразительности. Инфографика. Мультимедийная история: ее структура. Взаимосвязь режиссуры содержания и бизнес-модели Интернет-СМИ.

Тема №5. Ключевые навыки интернет-журналиста Технологические навыки «он-лайн» журналистов.

Особенности информационных он-лайн форматов: текст + фото, фоторепортаж, слайд-шоу, звуковые слайд-шоу, аудиоклип, видеоклип. Графический способ подачи информации в Интернете: карты и диаграммы. Новые форматы доставки информационного продукта: RSS, PDF, PDA, WAP-GPRS, DAILY ME. Профессиональные блоги. Принципы ведения профессионального блога. SEO оптимизация.

Тема №6. Фотографии и изображения для WEB: композиция, редактирование, оптимизация, публикация

Технические особенности изображений, публикуемых в WEB. Изображения для «брифа» и «тела» публикации. Коррекция полутоновых и цветных изображений: коррекция яркости и контрастности в цветных изображениях, балансировка цветов, специальные цветовые эффекты, корректировка с помощью слоев, интервальная коррекция изображения в формате JPG, GIF: палитра оптимизации, просмотр и сохранение оптимизированных изображений. Ролловеры: определение состояний, создание и применение стилей. Фрагментирование: создание, выделение и оптимизация фрагментов изображения, типы фрагментов, режимы отображения. Альфа-канал и каче-

ство сжатия. Карта ссылок: типы ссылочных областей, создание карты ссылок, редактирование карты и сохранение.

Тема №7. Запись и редактирование аудио для глобальных сетевых ресурсов (аудиоподкасты).

Звуковые слайд-шоу Запись корреспондентского текста в цифровом формате. Редактирование погрешностей корреспондентской записи и музыкального трека. Сведение (монтаж) записи корреспондентского текста и музыкальной подложки, нормализация по уровням, добавление фильтров, эффектов, «подгонка» по хрономет-ражу. Сжатие клипа для публикации в «он-лайн». Экспорт файла в заданном формате. Изучение рабочей среды приложения (ProShowGold 3.0). Выбор и оптимизация изображений для звукового слайд-шоу: загрузка материалов, установка рабочих параметров, работа со слоями кадров. Работа с фильтрами и эффектами слайдов. Хронометраж кадра, эффекта, аудио. Монтаж звуковой дорожки: возможности редактирования, таймлайн, аудио-эффекты. Особенности сведения изображения и звука. Работа с текстом: создание титров и подписей, наложение фильтров. Специфика сохранения в форматах «mpeg», «wma», «flv», «avi», «sgr», «swf» и т. п.

Тема №8. Статичная инфографика. Инфографика процессов

Инфографика на сайтах российских и зарубежных СМИ: лучшие образцы; худшие образцы. Детали. «Инфографическое» мышление. Выбор темы статичной инфографики. Визуальная реализация того или иного элемента и схематическое изображение на листе бумаги. Презентация идеи и обоснование актуальности и серьезности выбранного инфор-мационного повода. Монтаж коллажа в графическом редакторе Adobe Photoshop CS 4. Техническая сторона процесса.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Интернет СМИ» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- *Интерактивная беседа (темы № 1-8);*
- *Групповая дискуссия (темы № 1, 3, 5);*
- *Ролевые игры (тема № 2);*
- *Тренинг (темы № 4, 6, 7, 8);*
- *Анализ ситуаций (тема № 1-8);*
- *Применение имитационных моделей (темы № 1-8);*
- *Разбор конкретных ситуаций (темы № 1-8).*

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Текущий контроль успеваемости (рейтинг-контроль 1, рейтинг-контроль 2, рейтинг-контроль 3).

Рейтинг-контроль № 1

В качестве первого рейтинг-контроля выступает задание написать репортаж для размещения в интернете. Подбирается подходящий информационный повод (или не-

сколько). Лучше, если он будет связан с университетом. Каждый студент должен оправиться на место события, взять интервью, и в итоге, подготовить репортаж. Репортаж должен быть подготовлен в письменном варианте.

Критерии, по которым будет оцениваться работа студента:

1. Серьезный подход к освещению темы.
2. Озвучивание не менее двух точек зрения.
3. Грамотная речь.
4. Соблюдение жанровых особенностей репортажа.
5. Специфика построения текста, предназначенного для цифрового текста.

Рейтинг-контроль № 2

В качестве второго рейтинг-контроля выступает задание написать лонгрид. Подбирается подходящий информационный повод (или несколько). Лучше, если он будет связан с университетом. Каждый студент должен отправиться на место события, узнать необходимую информацию, а в итоге рассказать историю.

Лонгрид должен быть подготовлен в законченном варианте для размещения на интернет-платформе.

Критерии, по которым будет оцениваться работа студента:

1. Серьезный подход к освещению темы.
2. Озвучивание не менее двух точек зрения.
3. Стилль.
4. Соблюдение жанровых особенностей лонгрида.
5. Специфика построения текста, предназначенного для интернет-СМИ.

Рейтинг-контроль № 3

В качестве третьего рейтинг-контроля выступает задание написать сценарий рекламной кампании в интернете.

Критерии, по которым будет оцениваться работа студента:

1. Соблюдения требований креативного брифа от заказчика.
2. Соблюдения рекламного законодательства.
3. Нетривиальный подход к написанию рекламного текста.
4. Соответствие стилистики рекламного ролика и формата издания

Вопросы к зачету по курсу «Интернет СМИ»

1. Перечислите разновидности возможных интернет-проектов.
2. Назовите отличия интернет-СМИ от классических СМИ.
3. Каковы требования работодателей к навыкам журналистов?
4. История становления интернет-СМИ.
5. Расскажите об эпохе компьютерных сетей (1990-1993).
6. Расскажите о начале сайтовой эпохи (1994-1997).
7. Расскажите о начале эпохи интернет-СМИ (1998-2003).
8. Расскажите об эпохе блогов, видеоконтента и гражданских медиа (2004-2008).
9. Расскажите о кризисе и возрождение рынка (2009 - по настоящее время).
10. Перечислите классические жанры, используемые в интернет-журналистике. (информационный, аналитический, художественно-публицистический).
11. Какие оригинальные жанры используются в интернет-журналистике? (твитер-репортаж, блог-пост).
14. Перечислите разновидности сайтов в интернете.
15. Технология работы с лентами новостей.
16. Определение гиперссылки, их виды, подготовка.
17. Способы адаптация текстов.
18. Суть оптимизации.

19. Ключевые запросы.
20. SEO-тексты.
21. Аудитория интернет-вещательных сайтов.
22. Интернет-каналы на базе корпораций.
23. Видеохостинги.
24. Авторское потоковое вещание.
25. Конвергенция (Интернет-ТВ и СМИ).

Вопросы для самостоятельной работы

1. Журналистское произведение в интернете.
2. Требование информативности текста – разбор конкретных примеров из интернет-СМИ.
3. Три стороны сообщения – на примерах из интернет-СМИ.
4. Виды информации в журналистском произведении – на примерах из интернет-СМИ.
5. Функции интернет-СМИ – на примере конкретных изданий, каналов, программ
6. Какая информация нужна аудитории интернета?
7. Отдельные функции интернет-СМИ – на примерах.
8. Интернет-СМИ и общественное мнение. Теоретическая постановка проблемы и разбор современной практики.
9. Есть ли в интернет-СМИ обратная связь? Виды связи с аудиторией.
10. Интернет-СМИ и взаимодействие с другими социальными институтами: проблемы гласности, доступа к информации.
11. Возможен ли общественный контроль за интернет-СМИ?
12. Формы выражения общественного мнения в интернет-СМИ – на примерах.
13. Что такое общественное интернет-телевидение? Каким он должно быть?
14. Каким должно быть государственное интернет-телевидение: принципы, финансирование, управление, направления деятельности и т.д. Его отличие от частных каналов.
15. Право общества и граждан на информацию и его реализация в современных интернет-СМИ.
16. интернет-СМИ и власть.
17. Формы регулирования деятельности интернет-СМИ.
18. Деятельность интернет-СМИ и поведение журналиста в условиях чрезвычайных ситуаций.
19. Способы влияния рекламодателей на редакционную политику интернет-СМИ.
20. Этические нормы журналистской деятельности в интернете.
21. Интернет-СМИ в избирательной кампании.
22. Что такое социальная позиция журналиста, интернет-СМИ?
23. Какие функции выполняет аудитория в системе СМИ?
24. Организаторская роль журналистики в современном понимании.
25. Общественный диалог в СМИ: его цели, формы, участники ...
26. Культуроформирующая функция интернет-СМИ – на примерах.
27. Реклама и интернет-СМИ.
28. Почему аудитория не любит рекламу?
29. Пиар в интернет-журналистике. Пиар и интернет-журналистика.
30. Интернет-СМИ как бизнес и как общественный институт. Вопрос их независимости. Ее условия и гарантии.

Литературные источники для самостоятельной работы:

1. Аакер Д. Создание сильных брендов / Пер. с англ. - 2-е изд. - М.: Изд. дом Гребенникова, 2011. - 440 с.
2. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и

концепции. Учебное пособие для студентов вузов. - М: Аспект Пресс, 2010. - 176 с. 3. Вартанова Е.Л. Теория СМИ: Актуальные вопросы. - М.: МедиаМир, 2011.-488 с. 4. Засурский Я. Н. Искушение свободой. Российская журналистика. 1990-2010. - М.: Изд-во МГУ, 2010. - 560 с. 5. Иваницкий В.Л. Основы бизнесмоделирования СМИ.- М.: Аспект Пресс, 2012.-254 с. 6. Средства массовой информации России. Учебное пособие для вузов / Под ред. Я. Н. Засурского.- М., 2010. - 382 с. 7. Телерадиоэфир: история и современность / Под ред. А. Г. Качкаевой. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 400 с. 8. Траут Дж., Райе Эл. Позиционирование: битва за умы. - СПб.: Питер, 2011.

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Количество экземпляров изданий в библиотеке ВлГУ в соответствии с ФГОС ВО	Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
1	2	3	4
Основная литература*			
1. Интернет-СМИ: Теория и практика [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М.М. Лукиной. - М. : Аспект Пресс, 348 с. ISBN 978-5-7567-0542-3.	2013		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705423.html
2. Уланова М.А. Интернет-журналистика [Электронный ресурс] / М.А. Уланова. - М. : Аспект Пресс, - 238 с. - ISBN 978-5-7567-0739-7. ЭБС «Консультант студента»Шевелева. – М.: Аспект Пресс, 160 с. - ISBN 978-5-7567-0658-1.	2014		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707397.html
3. Амзин А. Новостная интернет-журналистика [Электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов вузов / А. Амзин. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Аспект Пресс., - 143 с. - ISBN 978-5-7567-0651-2.	2012		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706512.html
4. Сотникова О.П. Интернет-издание от А до Я: Руководство для веб-редактора [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / О. П. Сотникова. - М. : Аспект Пресс., - 160 с. - ISBN 978-5-7567-0723-6.»	2014		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707236.html
Дополнительная литература			
1. Основы медиабизнеса [Электронный ресурс] : Учебник для студентов вузов / Под ред. Е.	2014		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707243.html

Л. Вартановой. - М. : Аспект Пресс (Серия "Учебник нового поколения"), - 400 с. - (Серия "Учебник нового поколения"). - ISBN 978-5-7567-0724-3. ЭБС «Консультант студента»			
2. Энциклопедия мировой индустрии СМИ [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 464 с. - ISBN 978-5-7567-0683-3.	2013		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706833.html
3. П.Н. Газдюк. Особенности работы Российского агентства международной информации "РИА Новости" как интернет-СМИ [Электронный ресурс] : учеб. пособие/ П.Н. Газдюк - М. : МГИМО-Университет, - 56 с. - ISBN 978-5-9228-0866-8. ЭБС «Консультант студента»	2012		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785922808668.html

7.2. Периодические издания

1. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика.
2. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия Литературоведение, журналистика.
3. Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика.
4. Журналист.
5. Журналистика и медиарынок.

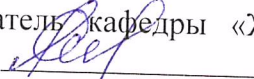
7.3. Интернет-ресурсы


1. Давиташвили Г. Интернет-телевидение - альтернатива или метаморфоза? // <http://www.internews.ru/teleforum2003/thesis4.html>
2. Кубасов Д., Ватолин Д., "Обзор методов компенсации движения", Компьютерная графика и мультимедиа, Выпуск №3(2)/2005. <http://cgm.computergraphics.ru/content/view/76>
3. Пособие по журналистике данных.[Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://ria.ru/files/book/_site/index.html
4. Руководство по поисковой оптимизации для начинающих от Google. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sites.google.com/site/webmasterhelpforum/ru/stati/rukovodstvo-po-poiskovoj-optimizacii-dla-nacinausih-ot-google/>.
5. Спорышев Р. Интерактивное телевидение в мире и в России // Ростовская электронная газета. - 2001. - № 59 / www.relga.ru.
6. Newsplex Europe – review and outlook. URL :http://www.ifra.net/system/files/Newsplex - Europe-special_lr.pdf

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Практические/лабораторные работы проводятся в аудиториях, оборудованных мультимедийными средствами - для показа и прослушивания программ по теме занятия с последующим обсуждением увиденного.

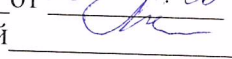
Перечень используемого лицензионного программного обеспечения Word, Excel, PowerPoint и Outlook

Рабочую программу составил старший преподаватель кафедры «Журналистика, реклама и связи с общественностью» Назарова Ю.Д. 

Рецензент Директор ГТРК «Владимир» Филинов А.Н. 

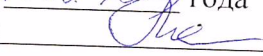
Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО

Протокол № 1 от 29.08.19 года

Заведующая кафедрой  Латышева Ж.В.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 42.03.02 «Журналистика»

протокол № 1 от 11.09.19 года

Председатель комиссии  Латышева Ж.В.