

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Документ подписан простой электронной подписью

Идентификатор документа:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 29.11.2023 15:41:24

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института магистратуры

Иванова Е.А. 

« 29 » 08 2022 г.

**Рабочая программа дисциплины
Текст в интернет-коммуникациях**

Направление 42.04.02 Журналистика
магистерская программа 42.04.02.02 "Медиалингвистика и новые средства
коммуникации"

Для набора 2022 года

Квалификация
магистр

КАФЕДРА


Русский язык и культура речи


Распределение часов дисциплины по семестрам


Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
	Неделя		15 2/6	
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	56	56	56	56
Итого	72	72	72	72

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 22.02.2022 протокол № 7.

Программу составил(и): д.филол.н, профессор, Куликова Э.Г. 

Зав. кафедрой: Куликова Э.Г. 

Методическим советом направления: д.филол.н., профессор, Куликова Э. Г. 

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	-ознакомление магистрантов с основами функционирования русского языка в Интернете, с особенностями электронных СМИ;
1.2	формирование концептуального аналитического взгляда на особенности современных коммуникационных систем;

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

УК-4:Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

ПК-1:Способен создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:
основные положения теории коммуникации, термины и классификации, научные основы коммуникации; особенности коммуникационных процессов в современном обществе; основы применения современных коммуникативных технологий для академического и профессионального взаимодействия; особенности коммуникации с представителями различных культур и сфер деятельности; особенности массовой и организационной коммуникации (соотнесено с индикатором УК-4.1) основные мыслительные операции, сущность постановки и выбора цели; принципы, методы, технологии СМИ; экономические факторы, влияющие на деятельность медиапредприятий (соотнесено с индикатором ПК 1.1)
Уметь:
характеризовать особенности коммуникативной ситуации и коммуникационных процессов в современном обществе; применять современные коммуникационные технологии для академического и профессионального взаимодействия; планировать коммуникацию с представителями различных культур в академической и профессиональной среде с учетом национальных особенностей; моделировать процессы массовой коммуникации; строить как внешнюю, так и внутреннюю организационную коммуникацию, в том числе интернет-коммуникацию, применяя эффективные коммуникативные тактики для достижения коммуникативных целей (соотнесено с индикатором УК-4.2) ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; эффективно использовать знания современных технологий в профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ПК 1.2)
Владеть:
применения современных коммуникативных технологий для академического и профессионального взаимодействия; анализа особенностей образовательных систем в различных странах; эффективной коммуникации в устной и письменной форме с представителями различных культур и сфер деятельности с учетом психологических, этнических, культурных, субординационных и других особенностей собеседника; создания публикаций в интернет-пространстве на научную и профессиональную тему; моделирования процесса массовой коммуникации в профессиональных и личных целях; применения современных компьютерных технологий в образовательном процессе (соотнесено с индикатором УК-4.3) методами и технологиями получения, систематизации, использования и обновления гуманитарных, социальных и экономических знаний из различных источников (соотнесено с индикатором ПК 1.3)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	Раздел 1. Жанры текстов в Интернете. Гипертекст как форма организации и хранения информации				
1.1	Понятие массовой коммуникации. Виды текстов в сфере интернет-коммуникаций. Содержание понятия "креолизованный текст": его структурно-функциональные характеристики. /Пр/	1	4	ПК-1 УК-4	Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.4 Л2.1 Л2.3 Л2.2Л3.1
1.2	Анализ видов и функций визуальной информации в креолизованных текстах печатных СМИ разных форматов. Виды креолизации журналистских текстов, функции визуальных элементов, способы взаимодействия в рамках текста вербальных и визуальных элементов, их творческий потенциал /Пр/	1	2	ПК-1 УК-4	Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2

1.3	Теория коммуникации (Сепир-Уорф, Дж.Серль, Л.Витгенштейн, Ю. Хабермас). Концепция гипертекста (Т. Нельсон, Ж. Деррида, М. Фуко, Ю. Кристевой, Р. Барта, Ж.- Ф. Лиотар): множественность интерпретаций, принципиальная невыразимость текста в постмодерне /Пр/	1	2	ПК-1 УК-4	Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2
Раздел 2. Особенности мультимедийной и гипертекстовой организации текста. Типология сайтов и порталов. Электронные СМИ.					
2.1	Гипертекст как форма организации и хранения информации. /Пр/	1	4	ПК-1 УК-4	Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2
2.2	Особенности мультимедийной и гипертекстовой организации текста. Типология сайтов и порталов. Электронные СМИ. /Пр/	1	4	ПК-1 УК-4	Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2Л
2.3	Различные формы коммуникативного взаимодействия в Интернет-пространстве /Ср/	1	10	ПК-1 УК-4	Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2
2.4	Социальные сети как вид СМИ /Ср/	1	10	ПК-1 УК-4	Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2
2.5	Типология коммуникационных ресурсов интернета /Ср/	1	10	ПК-1 УК-4	Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2
2.6	Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства /Ср/	1	10	ПК-1 УК-4	Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2
2.7	Образовательные порталы и другие электронные ресурсы сети Интернет, использующиеся для решения лингвистических задач /Ср/	1	16	ПК-1 УК-4	Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2
2.8	/Зачёт/	1	0	ПК-1 УК-4	Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2Л

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Дзвеляя Е. Г.	Коммуникативные инструменты самопрезентации в личных жанрах интернет- коммуникации: выпускная квалификационная работа: студенческая научная работа	Ярославль, 2017	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=463295 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Калмыков А. А., Коханова Л. А.	Интернет-журналистика: Учеб. пособие для вузов	М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005	20

5.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Бузин В. Н., Бузина Т. С.	Медиапланирование: теория и практика: учебное пособие	Москва: Юнити-Дана, 2015	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114785 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

Л2.2	Никитенко А. А.	Основы медиажурналистики: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228794 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Красильникова В. А.	Информационные и коммуникационные технологии в образовании: учебное пособие	Москва: Директ-Медиа, 2013	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=209292 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4	Фрумкина Р. М.	Психолингвистика: Учеб. для вузов	М.: Академия, 2001	72
Л2.5	Величченко, С.	Язык и стиль современных масс-медиа: учебное пособие	Алматы: Казахский национальный университет им. аль- Фараби, 2012	http://www.iprbookshop.ru/61244.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Консультант +

Гарант

1. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>

Электронно-библиотечная система «IPR Books» <http://www.iprbookshop.ru/>

Национальная электронная библиотека (НЭБ) <https://rusneb.ru/>

База данных СМИ и информационных агентств, имеющих собственные интернет-порталы – <https://yandex.ru/news/smi>

Ведомости – <https://www.vedomosti.ru/>

Взгляд – <https://vz.ru/>

ВЦИОМ – <https://www.wciom.ru/>

Газета – <https://gzt.ru/>

Город N – <https://gorodn.ru/>

Государственная система правовой информации – <http://www.pravo.fso.gov.ru/>

Единый архив экономических и социологических данных по российской Федерации от НИУ ВШЭ – <http://sophist.hse.ru/>

Журналист – <https://jrnlst.ru/>

Интерфакс – <https://www.interfax.ru/>

Исследовательская компания Mediascope – <https://mediascope.net/>

Комитет защиты журналистов – <https://cpj.org/ru/>

Коммерсант – <https://www.kommersant.ru/>

5.4. Перечень программного обеспечения

ПО LibreOffice

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы;

- стулья;

- персональный компьютер / ноутбук (переносной);

- проектор;

- экран / интерактивная доска

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

Приложение 1

1. Описание критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
УК-4 - Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия			
<p><i>Знать:</i></p> <p>современные коммуникативные технологии на государственном и иностранном языках; закономерности деловой устной и письменной коммуникации.</p>	<p>- системность и точность определения понятия «интернет-коммуникация»;</p> <p>- функциональная соотнесенность теоретических положений об основах интернет-коммуникации с практическими навыками работы с медиатекстами</p>	<p>полнота представлений об интернет-коммуникации;</p> <p>понимание отчетливой связи между теоретическими положениями о процессе интернет-коммуникации и их практическим применением с целью создания наиболее эффективных стратегий в области медиапланирования</p>	<p>Т</p> <p>РЗ</p> <p>Р</p> <p>Э</p>
<p><i>Уметь:</i></p> <p>Уметь: применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения</p>	<p>- степень креативности разработанных медиатекстов;</p> <p>- степень и уместность использования определенных приемов в процессе осуществления интернет-коммуникации</p>	<p>свободное умение использовать креативные приемы создания интернет-текстов</p>	<p>Т</p> <p>РЗ</p> <p>Р</p> <p>Э</p>
<p>Владеть методикой межличностного делового общения на государственном и иностранном языках, с применением профессиональных</p>	<p>степень владения методами и технологиями проектирования и организации креативной деятельности в сфере интернет-коммуникаций</p>	<p>свободное владение методами и технологиями проектирования и организации креативной деятельности в сфере интернет-коммуникаций</p>	<p>Т</p> <p>РЗ</p> <p>Р</p> <p>Э</p>

языковых форм и средств.			
ПК-1: готовностью создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов			
<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность текста и медиатекста, его типа в сфере функционирования «массовая коммуникация», основные единицы, категории медиатекста и механизмы его образования (построения) в сравнении с текстом других сфер; - виды интернет-текстов, особенности их функционирования в сфере интернет-коммуникации; - основные единицы, категории и типологию интернет-коммуникации; - специфику гипертекста и гипертекстовой организации медиатекстов; особенности современных медиаресурсов. 	поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий	сформированное представление об особенностях интернет-коммуникации, - полное и целостное представление об основных единицах интернет-коммуникации, а также о типологии интернет-коммуникаций	РЗ, Т, О
<p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - различать способы представления новостной 	Сопоставительный анализ коммуникативных стратегий медиатекстов различной жанровой	свободное владение разнообразными современными программными средствами для создания	Р/Д, ДИ

<p>информации в различных речевых жанрах;</p> <p>- работать с основными программными средствами;</p> <p>анализировать особенности функционирования электронных СМИ на основе различных параметров;</p> <p>- использовать приемы создания креативных медийных коммуникаций при создании собственных интернет-проектов.</p>	<p>направленности;</p> <p>составление обзора существующих актуальных коммуникативных стратегий, в рамках которых интенсифицируется содержательная часть медиатекстов</p>	<p>интернет-текстов, отвечающих заданным целям и задачам</p>	
<p><i>Владеть:</i></p> <p>- типами и разновидностями, жанра медиатекста;</p> <p>- навыками разработки собственных электронных информационных ресурсов;</p> <p>- методами и технологиями проектирования медиатекстов, отвечающих современным запросам интернет-сообщества.</p>	<p>поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий</p>	<p>свободное владение всем диапазоном программных средств, обеспечивающее возможность проектирования индивидуальный концепции электронных образовательных ресурсов</p>	<p>Р/Д, ДИ</p>

3.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

50-100 баллов (зачет) – магистрант успешно выполняет все задания, предусмотренные курсом, демонстрирует понимание механизмов функционирования юридического дискурса в современном информационном пространстве, знает основы лингвоюридической экспертизы текстов, умеет последовательно и аргументированно излагать собственную позицию по вопросам, относящимся к тематике курса.

0-49 баллов (незачет) – магистрант не выполняет задания, предусмотренные курсом, не понимает терминологию, описывающую механизмы функционирования юридического дискурса в современном информационном пространстве, не имеет собственной позиции по проблемам и вопросам, рассматриваемым в рамках курса.

4. 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

Вопросы к зачету

по дисциплине «Текст в интернет-коммуникации»

1. Интернет-коммуникация как новый объект теории коммуникации.
2. Понятие интернет-коммуникации, история Интернета и интернеткоммуникации.
3. Виды и способы интернет-коммуникации. Межличностное общение через Интернет и публичное общение в Интернете.
4. Универсальные формы человеческого общения – диалог, полилог – в Интернете.
5. Креолизованный текст: основные характеристики понятия.
6. Межличностное общение через Интернет. Системы мгновенного обмена сообщениями (мессенджеры). Типы мессенджеров.
7. Виды и функции аудиовизуальной информации в интернет-СМИ.
8. Различные взгляды на процесс коммуникации (научные теории).
9. Блог (размещаемый в Интернете дневник) как способ интернеткоммуникации. Типы блогов. Блогосфера.

10. Социальные сети – новейший способ интернет-коммуникации. Типы социальных сетей. Феномен социальной сети «ВКонтакте».
11. Интернет-коммуникация как объект гуманитарных наук.
12. Самопрезентация участников интернет-коммуникации.
13. Этика интернет-коммуникации.
14. Мультимедийность современной интернет-коммуникации.
15. Письменный характер интернет-коммуникации.
Голосовое общение через Интернет.
16. Основные понятия и конструкции языка HTML.
17. Механизмы адресации на ресурсы в Internet.
18. XML-технологии и их применение
19. Дизайн сайта.
20. Вопросы поддержки сайта.
21. Способы эффективного развития сайта.
22. Гипертекст как способ организации современных электронных ресурсов.
23. Основные модели взаимоотношений между субъектами и объектами массовой коммуникации.

Критерии оценивания

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале.

50-100 баллов (зачет) – магистрант демонстрирует при ответе уверенные и сформированные знания теоретических основ изучения текста в интернет-коммуникациях, отвечает на поставленный вопрос аргументированно и развернуто; способен отстаивать собственную точку зрения;

0-49 баллов (незачет) – магистрант не способен ответить на поставленный вопрос, не ориентируется в теоретическом материале курса и, соответственно, не способен выполнять задания практической направленности

1. Интернет-коммуникация как объект гуманитарных наук.
2. Самопрезентация участников интернет-коммуникации.

БИЛЕТ К ЗАЧЕТУ № 2

по дисциплине «Текст в интернет-коммуникации»

1. Этика интернет-коммуникации.
 2. Блог (размещаемый в Интернете дневник) как способ интернеткоммуникации.
- Типы блогов. Блогосфера.

БИЛЕТ К ЗАЧЕТУ № 3

по дисциплине «Текст в интернет-коммуникации»

1. Межличностное общение через Интернет. Системы мгновенного обмена сообщениями (мессенджеры). Типы мессенджеров.
2. Виды и функции аудиовизуальной информации в интернет-СМИ

БИЛЕТ К ЗАЧЕТУ № 4

по дисциплине «Текст в интернет-коммуникации»

1. Способы эффективного развития сайта.
2. Гипертекст как способ организации современных электронных ресурсов.

БИЛЕТ К ЗАЧЕТУ № 5

по дисциплине «Текст в интернет-коммуникации»

1. Универсальные формы человеческого общения – диалог, полилог – в Интернете.
2. Креолизованный текст: основные характеристики понятия.

БИЛЕТ К ЗАЧЕТУ № 6

по дисциплине «Текст в интернет-коммуникации»

1. Различные взгляды на процесс коммуникации (научные теории).
2. Основные понятия и конструкции языка HTML

БИЛЕТ К ЗАЧЕТУ № 7

по дисциплине «Текст в интернет-коммуникации»

1. Письменный характер интернет-коммуникации.
Голосовое общение через Интернет.
2. Способы эффективного развития сайта..

БИЛЕТ К ЗАЧЕТУ № 8

по дисциплине «Текст в интернет-коммуникации»

1. Механизмы адресации на ресурсы в Internet.

2. Различные взгляды на процесс коммуникации (научные теории).

БИЛЕТ К ЗАЧЕТУ № 9

по дисциплине «Текст в интернет-коммуникации»

1. Дизайн сайта.
2. Гипертекст: характеристика понятия

БИЛЕТ К ЗАЧЕТУ № 10

по дисциплине «Текст в интернет-коммуникации»

1. Понятие интернет-коммуникации, история Интернета и интернет-коммуникации.
2. Механизмы адресации на ресурсы в Internet.

БИЛЕТ К ЗАЧЕТУ № 11

по дисциплине «Текст в интернет-коммуникации»

1. Креолизованный текст: основные характеристики понятия.
2. Различные взгляды на процесс коммуникации (научные теории).

БИЛЕТ К ЗАЧЕТУ № 12

по дисциплине «Текст в интернет-коммуникации»

1. Виды и способы интернет-коммуникации. Межличностное общение через Интернет и публичное общение в Интернете.

2. Способы эффективного развития сайта.

БИЛЕТ К ЗАЧЕТУ № 13

по дисциплине «Текст в интернет-коммуникации»

1. Самопрезентация участников интернет-коммуникации

2. Интернет-коммуникация как новый объект теории коммуникации

БИЛЕТ К ЗАЧЕТУ № 14

по дисциплине «Текст в интернет-коммуникации»

1. XML-технологии и их применение

2. Блог (размещаемый в Интернете дневник) как способ интернеткоммуникации.

Типы блогов. Блогосфера.

БИЛЕТ К ЗАЧЕТУ № 15

по дисциплине «Текст в интернет-коммуникации»

1. Мультимедийность современной интернет-коммуникации

2. Вопросы поддержки сайта.

БИЛЕТ К ЗАЧЕТУ № 16

по дисциплине «Текст в интернет-коммуникации»

1. Основные модели взаимоотношений между субъектами и объектами массовой коммуникации.
2. Типы текстов. Креолизованный текст, его свойства.

БИЛЕТ К ЗАЧЕТУ № 17

по дисциплине «Текст в интернет-коммуникации»

1. Социальные сети – новейший способ интернет-коммуникации. Типы социальных сетей.
2. Механизмы адресации на ресурсы в Internet.

БИЛЕТ К ЗАЧЕТУ № 18

по дисциплине «Текст в интернет-коммуникации»

1. Межличностное общение через Интернет. Системы мгновенного обмена сообщениями (мессенджеры). Типы мессенджеров.
2. Виды и функции аудиовизуальной информации в интернет-СМИ.

БИЛЕТ К ЗАЧЕТУ № 19

по дисциплине «Текст в интернет-коммуникации»

1. Гипертекст как способ организации современных электронных ресурсов.
2. Универсальные формы человеческого общения – диалог, полилог – в Интернете.

БИЛЕТ К ЗАЧЕТУ № 20

по дисциплине «Текст в интернет-коммуникации»

1. Дизайн сайта.
2. Креолизованный текст: основные характеристики понятия.

Тесты письменные и/или компьютерные*

по дисциплине «Текст в интернет-коммуникации»

1. Банк тестов по модулям и (или) темам

Модуль 1: Жанры текстов в Интернете. Гипертекст как форма организации и хранения информации

1. Какая характеристика является определяющей для понятия массовой коммуникации сегодня?
 - 1) влияние институциональных предписаний на отношения передающей и принимающей сторон.
 - 2) массовость аудитории и ее гетерогенность.
 - 3) доступность массовой информации, открытость доступа к ней.
2. К особенностям (свойствам) интернет-текста не относится:
 - 1) корпоративный характер производства, 2) идеологический плюрализм, 3) динамический характер, 4) специфика средств создания, 5) обязательная художественно-эстетическая нагрузка, 6) многоплановость, многомерность.
3. Коммуникации соответствует определение:
 - 1) это процесс взаимодействия и способы сообщения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию;
 - 2) это процесс управления и удовлетворения потребностей целевой аудитории посредством создания сообщений;
 - 3) это социальная, интеллектуальная и вербальная деятельность, направленная на создание сообщений;
 - 4) это средства доведения информации до целевой аудитории;
 - 5) это общие добровольные действия аудитории, группы участников (в неявно задаваемом организаторами направлении).
4. Контекст коммуникативного процесса соответствует:

- 1) системе построения коммуникативного процесса с учетом известных или близких для получателя компонентов сообщения;
- 2) системе построения коммуникативного процесса с учетом социально-экономических характеристик получателя сообщения: статуса, доходов, уровня образования и т.д.;
- 3) системе построения коммуникативного процесса с учетом психологических характеристик получателя сообщения;
- 4) системе построения коммуникативного процесса с учетом использования в сообщении узнаваемых образов, мотивов, историй, созданных уже ранее в конкретном произведении;
- 5) системе построения коммуникативного процесса с учетом использования в сообщении архетипических символов, образов, знаков.

5. Автором концепции «вещественной коммуникации», основу которой составляют исследование социального дискурса как языка красок, субстанций, объемов и пространства, является:

- 1) Ж. Деррида;
- 2) Ж. Бодрийяр;
- 3) М. Фуко;
- 4) У. Эко;
- 5) Ю. Лотман.

6. Характерные признаки какого этапа истории коммуникации перечислены ниже:

- 1) письменность;
- 2) социальная дифференциация общества по принципу грамотность / неграмотность;
- 3) книгопечатание и полиграфическая революция;
- 4) урбанизация общества;
- 5) формирование национальных библиотек.

7. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные характеристики:

- 1) основной функцией коммуникативной модели в организации является пропаганда: самой организации, ее продукции или услуг;
- 2) целью является привлечение одностороннего внимания, коммуникации ориентированы в основном на те группы общественности, которые определяют существование и эффективность организации;
- 3) информационная модель является сбалансированной, т.е. направлена на попытки организации изменить общественность. Организация рассматривается как источник, а общественность как потребитель информации;
- 4) поскольку принцип «обратной связи» не учитывается, то исследования общественного мнения не имеют принципиального значения;
- 5) примерами подобной модели могут быть продвижение продукта, спонсирование театральных постановок, рекламирование коммерческой организации, банка...

8. Коммуникантом является:

- 1) группа лиц, создающая сообщения в виде устных выступлений, печатных текстов, фильмов, радио- и телепередач;
- 2) получатель сообщения в коммуникационном процессе;
- 3) специалист, профессионально занимающийся подготовкой текстов речей и выступлений;
- 4) специалист, который руководит и следит за ходом дискуссии по заранее подготовленному плану;
- 5) специалист, в задачу которого входит продуцирование творческих идей, общее руководство творческим или информационно-аналитическим отделом.

9. Невербальными коммуникациями называют:

- 1) коммуникации посредством визуального текста;
- 2) коммуникации посредством устного слова;

- 3) коммуникации посредством жеста и слова;
- 4) коммуникации посредством письменной речи;
- 5) коммуникации посредством визуального и пластического текста.

10. Межличностной коммуникацией называют:

- 1) адекватное взаимопонимание двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам;
- 2) коммуникацию в определенной сфере жизнедеятельности человека, осуществляющуюся как между отдельными людьми, так и между группой и отдельным человеком, группой и группой;
- 3) коммуникацию, в которой принимает участие двое людей;
- 4) коммуникацию, осуществляемую между людьми с помощью различных средств, в том числе и масс-медиа;
- 5) коммуникацию, осуществляемую личностью с самой собой («размышления вслух или «про себя», «внутренний монолог»).

11. Какой исторический этап развития коммуникации в социуме характеризуется следующими чертами:

- 1) все члены общины выступают в роли и коммуникантов, и реципиентов;
- 2) для передачи смысловых сообщений используется четыре исходных канала;
- 3) никаких коммуникационных служб нет;
- 4) синкретичность (слитность) вербальных, музыкальных, иконических каналов в языческих ритуальных священнодействиях;
- 5) обожествление слова.

12. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики:

- 1) функции этой модели PR соотносятся с предоставлением общественности наиболее полной и точной информации об организации;
- 2) это односторонние коммуникации, и пиарщики играют роль «собственных корреспондентов». Но при этом, они стремятся учитывать интересы обеих сторон, поэтому общественное мнение имеет важное значение;
- 3) информационная модель является сбалансированной, т.е. стремится осуществить коррекции взаимоотношений между организацией и ее общественностью. Но при этом организация продолжает рассматриваться как источник, а общественность как потребитель информации;
- 4) исследования общественного мнения носят незначительный характер, и соотносятся, в основном, с анализом процессов аудиторного восприятия (т.е. исследуются технологические вопросы, например, процессы восприятия информации);
- 5) используется государственными учреждениями, общественно-политическими организациями, ассоциациями и некоммерческими структурами.

13. Коммуникатором является:

- 1) специалист, придумывающий PR-стратегию или PR-сообщение, включая все ее текстуальные составляющие: сценарий, слоган, подписи к плакатам, заголовки, знаки-образы;
- 2) человек, который может повлиять на отношение группы к определенным проблемам;
- 3) лицо или группа лиц, создающие сообщения в виде устных выступлений, печатных текстов, фильмов, радио- и телепередач;
- 4) отправитель сообщения в коммуникационном процессе;
- 5) специалист, профессионально занимающийся подготовкой текстов речей и выступлений.

14. Социокультурный подход к мифологической модели коммуникации как основе единства общества, «составной части человеческой цивилизации... матрице социального порядка и своду примеров нравственного поведения» характерен для:

- 1) К.Г. Юнга;
- 2) К. Леви-Строса;

- 3) Б. Малиновского;
- 4) Р. Барта;
- 5) А. Лосева.

15. В коммуникативном процессе убеждению соответствует стадия:

- 1) восприятие изменения, т.е. готовности подчиниться т.з. отправителя сообщения;
- 2) обеспечение надлежащей интерпретации;
- 3) обеспечение запоминания сообщения для его использования;
- 4) стимулирование активного обучения и получения практических навыков;
- 5) обеспечение приема соответствующего сообщения.

16. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики:

- 1) основная функция модели состоит в том, чтобы защищать интересы организации. Поэтому именно научное убеждение (факты, доказательства, объяснения и т.д.) является основой коммуникативной деятельности;
- 2) это двусторонние коммуникации, отличающиеся несбалансированным характером. Информационное взаимодействие направлено на то, чтобы заставить общественность согласиться с мнением организации;
- 3) информационная модель использует принцип «обратной связи», но только для манипуляционных целей, отвечающим потребностям организации;
- 4) исследования носят оценочный характер. Их главные задачи состоят в том, чтобы определить отношение общественности к организации, и укрепить позитивное отношение в ее пользу;
- 5) примерами использования подобной модели могут быть коммерческие фирмы.

17. Аудиторией коммуникации является:

- 1) группа людей, которые получают информационные обращения и имеют возможность реагировать на них;
- 2) любое относительно большое число людей, собравшихся в одном месте и находящихся в прямом взаимодействии друг с другом;
- 3) специально организованная группа людей, единение которых определяется и закрепляется коллективными действиями;
- 4) группа людей, которые получают информационные обращения;
- 5) любое относительно большое число людей, собравшихся в одном месте и получающих направленные информационные сообщения.

Модуль 2: Особенности мультимедийной и гипертекстовой организации текста. Типология сайтов и порталов. Электронные СМИ.

1. Гипертексту соответствует определение:

- 1) линейный способ создания сообщения, использующий знаки письменного сообщения;
- 2) нелинейный способ создания сообщения, использующий различные виды коммуникации (слово, картинку, звук и др.);
- 3) последовательность осмысленных высказываний, передающих информацию, объединенных общей темой;

- 4) гиперриторический способ построения сообщения, главная задача которого описание другого текста;
- 5) способ создания сообщения, состоящий в том, что текст строится из цитат и реминисценций к другим текстам.

2. Телеконференция - это:

- 1) обмен письмами в глобальных сетях;
информационная система в гиперсвязях;
- 2) система обмена информацией между абонентами компьютерной сети;
- 3) служба приема и передачи файлов любого формата;
- 4) создания, приема и передачи web-страниц.

3. HTML (HYPER TEXT MARKUP LANGUAGE) является:

- 1) языком разметки web-страниц;
- 2) системой программирования;
- 3) текстовым редактором;
- 4) системой управления базами данных;
- 5) экспертной системой.

4. С какой целью редакции используют медиаобразовательные технологии? Отметьте 2 правильных варианта ответа.

- 1) Чтобы привлечь аудиторию
- 2) Чтобы повысить уровень медиакультуры населения
- 3) Чтобы получить прибыль
- 4) Чтобы привлечь рекламодателя
- 5) Чтобы повысить уровень информационной грамотности населения

5. Что из перечисленного не является элементом медиасистемы?

- 1) Редакция СМИ
- 2) Контент
- 3) Медиапредприятие

4) Деловые коммуникации

5) Техника и технологии СМИ

6) Аудитория

6. Определите, к какому типу интернет – ресурсов относится каждый из перечисленных ниже (1. Информационный ресурс, но не СМИ (база данных, справочный ресурс, презентационный, поисковая машина, др.); 2. СМИ; 3. Иной тип (средство общения, коммерческой операции и пр.)).

1) <http://www.gramota.ru/>

2) <http://www.baza-gibdd.ru/>

3) <http://feb-web.ru/>

4) <http://orbitgum.ru/>

5) <http://www.toyota.ru/>

6) <http://www.altavista.com/>

7) <http://grani.ru/>

8) <http://www.dbinfo.ru/db10.php>

9) <http://www.gazeta.ru/>

10) <http://www.prime-tass.ru/>

11) <http://my.mail.ru/>

12) <http://www.coplata.ru/>

13) <http://www.kchas.ru/>

2. Инструкция по выполнению

В процессе решения тестов магистрант должен выбрать один верный ответ из предложенных вариантов ответов.

3. Критерии оценки:

Критерии оценки:

0–9 баллов: дано менее 30% верных ответов

10–13 баллов: дано не менее 50% верных ответов

14–18 балла: количество правильных ответов соответствует оценке «удовлетворительно» (6-5)

19–17 балл: количество правильных ответов соответствует оценке «хорошо»

19–20 баллов: количество правильных ответов соответствует оценке «отлично»

Комплект разноуровневых задач (заданий)

по дисциплине «Текст в интернет-коммуникации»

Задания

Задание 1. Понятие «Тайм-лайн»:

- Знакомство с тайм-линией — мультимедийным инструментом журналиста

Цель: показать примеры его использования в журналистской практике

- Показать приёмы её создания с помощью онлайн-сервисов

ОБЗОР ТЕХНОЛОГИИ, ПРИМЕРЫ ЕЁ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

► Тайм-линия как она есть

<http://www.youtube.com/watch?v=xSCiX19ET0s>

ОБЗОР ОНЛАЙН-СЕРВИСОВ И ИНСТРУКЦИИ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ

► Тайм-лайн на сервисе Timetoast.com

<http://www.youtube.com/watch?v=9IcBSLkZLrY>

Timetoast

<http://www.timetoast.com>

► Тайм-лайн на сервисе Dipity.com

<http://www.youtube.com/watch?v=nI9MoKE6KWQ>

Dipity

<http://www.dipity.com>

► Тайм-лайн с помощью сервиса TimelineJS (второй уровень сложности)

<http://www.youtube.com/watch?v=hzNdC7T2kfg>

Timeline JS

<http://timeline.verite.co>

ЗАДАНИЕ

1. Выберите сервис для выполнения задания

2. Подберите материалы для создания тайм-лайна (список дат и иллюстрации)

Пожалуйста, не используйте персональные данные при подготовке задания!

3. При отсутствии собственных материалов загрузите их по ссылке:

<https://www.dropbox.com/sh/6wbosyj9m9w05wu/JsDrRbcK4K>

4. Создайте тайм-линию

Задание 2.

Выберите из списка интернет-СМИ и охарактеризуй-

те его

а) гипертекстуальность: куда ведут гиперссылки – на материалы этого же сайта, на другие ресурсы сети?

б) мультимедийность: какие формы мультимедийного контента представлены (фото, видео, графика, текст, анимация, аудиозаписи и пр.)? Подумайте и назовите функции (кроме информационной).

Каково качество мультимедиа?

с) интерактивность: какие формы интерактивности представлены?

Для какой цели используются? Какие функции выполняют?

a) <http://www.rg.ru/>

b) <http://www.film.ru/>

c) <http://www.mr7.ru/>

d) <http://lenta.ru/>

e) <http://www.klepa.ru/>

f) <http://www.aif.ru/>

g) <http://www.gazeta.ru/>

h) <http://www.cnews.ru/>

i) <http://www.rbc.ru/>

Задание 3. Проведите параллели между понятиями *гипертекст Интернета* и *медиатекст*.

Задание 4. Перепишите микротексты, адаптируя их для просмотра на экране монитора: главная (интересная, интригующая) информация – в первом предложении абзаца; в середине – выделите слова/словосочетания курсивом или более крупным шрифтом для поддержания внимания читателя (помните, что формальное выделение должно совпадать со смысловым).

1. Трое молодых людей и девушка жарким днём шли на пляж на берегу Волги. Дойдя до середины моста, который соединяет Саратов с Энгельсом, один из друзей – Эдуард – предложил всем прямо отсюда прыгнуть в воду. Сказано – сделано: парень первым прыгнул с моста. На видеозаписи хорошо видно, что прыжок окончился трагически: в результате сильного удара о воду Эдуард перестал шевелиться и начал уходить на дно.

2. Храм во имя святого благоверного князя Александра Невского, строящийся в честь павших воинов, был заложен в Астрахани ещё в прошлом году. Место возведения храма выбрано не случайно: на Аллее афганцев (микрорайон Юго-Восток 3) уже много лет проходят собрания и митинги в дни памяти погибших во время афганской и чеченской кампа-

ний. Идею строительства ещё четыре года назад подал Астраханский союз ветеранов войны в Афганистане. На стройку долго не давали разрешения – пришлось напрямую обратиться к мэру. Православные астраханцы смогут помолиться здесь за всех, кто защищает или когда-либо защищал нашу родину в военное и мирное время.

Задание 5. Раскройте информационно-структурные качества текста — логичность, связность и цельность, точность, ясность, понятность, доступность в интернет-тексте.

Задание 6. На материале интернет-СМИ найдите все известные вам типы гиперссылок (по 2 примера на 1 тип). Сохраните примеры в виде скриншотов двух страниц – стартового (обведите гиперссылку) и целевого элементов.

Задание 7. Адаптируйте текст для интернет-публикации, используя все известные вам способы.

Компьютерные технологии постепенно вытесняют элементы нашего быта, привычки, предпочтения. Доказано, что, войдя в дом, мы уже в первые полчаса обязательно включим телевизор, радио и компьютер. Жизнь молодого современного человека невозможна без ноутбука, наполненного «всякой нужной», как мы думаем, информацией – вот и носим его с собой. Газеты читаем иногда. А книги, увы, ещё реже. Статистика посещения библиотек плачевна: сегодня заведомо читаем книгохранили-

ща признаётся тот, кто наведывается туда хотя бы раз в месяц. Видишь там студентов, готовящихся в течение двух недель перед сессией; преподавателей; государственных служащих, интересующихся новыми постановлениями; а чаще всего пенсионеров. Зато целые компании молодых людей «тусуют» на вечеринках в ночных клубах, а при слове «библиотека» начинают ехидно смеяться, другие же – молчат. Им сказать нечего. Они забыли дорогу в хранилище мудрости, ещё когда мамы водили их за руку.

Хочется сменить обстановку? – посетите библиотеку! Не пожалеете.

Заряд новых эмоций и впечатлений гарантирован. Большой зал библио-

теки им. Н.К. Крупской напоминает столовую господина Собакевича. Высокие потолки, резные столы и стулья, часы в углах зала, сверкающие люстры невольно завораживают, маня сюда снова и снова. А как мы читаем книги? Сидим, а порой и лежим перед монитором, листаем глазами страницы, тем самым нанося вред организму. Лучи ультрафиолета проникают наше тело. И какое удовольствие от такого чтения?.. Разве не лучше пройтись пешком до библиотеки; при ярком свете поработать с оригинальной литературой, слыша, как она нашёптывает новые знания; чувствуя запах её свеженапечатанных или древних страничек; побегать по ступенькам. В этом случае не грозят ни гиподинамия, ни депрессия, ни одиночество. Кстати, библиотека может стать неплохим местом знакомства с молодым аспирантом, сидящим напротив вас и, как окажется затем, ужасно любящим скейтбординг и иностранные языки... Как и вы!

Некоторые издания не помещаются в сеть в интернет-версиях.

Не тратьте зря своё драгоценное время; быть может, в доме знаний именно вас ждёт том «Симплициссимуса» Гриммельсгаузена. находка обязательно порадует. Меня поймёт читатель, регулярно посещающий библиотеки; наслаждающийся общением с героями реалити и ирреальности; тишиной, изредка нарушаемой звуком упавшей случайно ручки. Печально, что этот звук слышат с каждым годом всё меньшее число граждан, а ведь когда-то Россия была самой читающей страной.

Задание 8. Подберите распространенные в современном официальном коммуникативном пространстве тексты, содержащие черты конфликтности, двойственной интерпретации.

Задание 9. Оцените юзабилити сайта.

- 1) Читательский адрес.
- 2) Цель проекта. Основные задачи.
- 3) Юзабилити главной страницы.

Удобен и понятен интерфейс?

Понятна общая структура ресурса?

Понятны ли виды размещаемой информации?

Какова частота обновления?

4) Юзабилити структуры и навигации ресурса.

5) Оцените качество и полезность размещаемых материалов.

Оцените грамотность языка и стиля.

6) Оцените персонализацию настроек.

Оцените RSS (ленту новостей), обратите внимание на информативность заголовков.

7) Какова посещаемость сайта?

Общая оценка юзабилити ресурса: Понятен? Удобен? Вызывает доверие? Эффективен? Полезен?

Критерии оценки:

20-10 баллов – задания (2 и более) выполнены в целом верно, без грубых ошибок;

9-0 баллов – не все задания выполнены или выполнены с большим количеством грубых ошибок

Темы рефератов

по дисциплине «Современный медиатекст»

Тематика докладов и рефератов

1. Интернет-коммуникация как новый объект теории коммуникации.
2. Интернет-коммуникация в XXI веке: технологические и коммуникационные трансформации.
3. Информационные технологии в деятельности современного специалиста.
4. Проблема интернет-коммуникации в современной науке.
5. Медиакоммуникация современной России: теоретические концепции.
6. Коммуникационный процесс и мобильная коммуникация.
7. Стратегии развития мобильной коммуникации в мире и России.
8. Трансформации дискурса современного общества и теория коммуникации.
9. Социальная коммуникация в сетевом обществе.
10. Мультимедиа-системы. Компьютер и музыка.
11. Мультимедиа-системы. Компьютер и видео.
12. Сетевые и телекоммуникационные сервисные программы.
13. О программах-поисковиках в Интернете.

14. О программах-браузерах в Интернете.
15. Информационные справочные системы в человеческом обществе.
16. Информационные поисковые системы в человеческом обществе.
17. История формирования всемирной сети Internet. Современная статистика Internet.
18. Телеконференции системы Usenet.
19. Поисковые сайты и технологии поиска информации в Internet.
20. Образовательные ресурсы сети Internet.
21. Досуговые ресурсы сети Internet.
22. Новые виды сервиса Internet — ICQ, IP-телефония, видеоконференция.
23. Проблемы защиты информации в Internet.
24. Авторское право и Internet.
25. Информационно-справочные и информационно-поисковые системы.

10

26. Дескрипторные информационно-поисковые языки.
27. Экспертные системы.
28. Искусственный интеллект.

Регламент выступления с рефератом:

1. Обоснование актуальности темы и степени ее научной разработанности
2. Изложение научной позиции автора реферируемого источника
3. Формулировка собственной позиции выступающего
4. Ответ на вопросы аудитории и преподавателя

Критерии оценивания:

Выступление с рефератом оценивается по следующим критериям:

1. полнота и степень систематизированности изложенного материала: 0-20 б.
2. обоснование актуальности и научной новизны проблемы: 0-5 б.
3. логичность и последовательность изложения проблемы: 0-5 б.
4. навыки научно-исследовательской работы с литературой и нормативно-правовыми актами: 0-5 б.
5. анализ различных научных подходов к проблеме: 0-5 б.
6. самостоятельность выводов докладчика: 0-10 б.
7. качество ответов на вопросы: 0-10.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета

Зачет проводится по окончании теоретического обучения до начала экзаменационной сессии. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку магистранта. Магистранты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются ключевые вопросы продвижения и развития медиапроектов, особенности продюсирования нишевых медиапроектов; обсуждаются теоретические и практические вопросы, связанные с ролью разнообразных креативных стратегий в продвижении медиапродуктов; даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовки к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания обучающихся по ряду рассмотренных на лекциях вопросов; развиваются навыки использования эффективных инструментов продюсирования digital-проектов в сфере массмедиа.

При подготовке к практическим занятиям каждый обучающийся должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- выполнить тесты, подготовить доклад и кейс-задания, в том числе, используя ПО Libre Office;
- выполнить разноуровневые задания;
- изучить основную и дополнительную литературу для подготовки к деловой игре.

В процессе подготовки к практическим занятиям обучающиеся могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены обучающимися в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы обучающихся над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый обучающийся обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников, выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации обучающиеся могут воспользоваться электронно-библиотечными системами, а также взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.