

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 21.08.2024 15:46:26  
Уникальный программный ключ:  
с098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Института магистратуры  
Иванова Е.А.  
«03» июня 2024г.

**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 2024 года

Квалификация  
магистр

**КАФЕДРА            Русский язык и культура речи****Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс Вид занятий	1		Итого	
	уп	рп		
Практические	6	6	6	6
Итого ауд.	6	6	6	6
Контактная работа	6	6	6	6
Сам. работа	62	62	62	62
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	72	72	72	72

**ОСНОВАНИЕ**

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 26.03.2024 протокол № 13.

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

Зав. кафедрой: д.ф.н., профессор Э.Г. Куликова

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

### 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;
1.3	- развитие умений и навыков исследовательской работы в электронной среде.

### 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:

<b>Знать:</b>
специфику современного медиатекста, его жанровые и стилистические разновидности (соотнесено с индикатором ПК 1.1); современные коммуникативные технологии на государственном и иностранном языках; закономерности деловой устной и письменной коммуникации(соотнесено с индикатором УК 4.1)
<b>Уметь:</b>
применять знания о специфике стилистической организации медиатекстов в профессиональной деятельности; (соотнесено с индикатором ПК 1.2) применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения (соотнесено с индикатором УК 4.2)
<b>Владеть:</b>
владеть теоретическими понятиями, описывающими сущность термина "медиатекст"(соотнесено с индикатором ПК 1.3) методикой межличностного делового общения на государственном и иностранном языках, с применением профессиональных языковых форм и средств (соотнесено с индикатором УК 4.3)

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	<b>Раздел 1. Жанры текстов в Интернете. Гипертекст как форма организации и хранения информации</b>				
1.1	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	УК-4 ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2
1.2	Понятие массовой коммуникации. Виды текстов в сфере интернет-коммуникаций. Содержание понятия "креолизованный текст": его структурно-функциональные характеристики. /Пр/	1	2	УК-4 ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.4 Л2.1 Л2.3 Л2.2
	<b>Раздел 2. Особенности мультимедийной и гипертекстовой организации текста. Типология сайтов и порталов. Электронные СМИ.</b>				
2.1	Особенности мультимедийной и гипертекстовой организации текста. Типология сайтов и порталов. Электронные СМИ. /Пр/	1	2	УК-4 ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2
2.2	Различные формы коммуникативного взаимодействия в Интернет-пространстве /Ср/	1	16	УК-4 ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2
2.3	Социальные сети как вид СМИ /Ср/	1	10	УК-4 ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2

2.4	Типология коммуникационных ресурсов интернета /Ср/	1	10	УК-4 ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2
2.5	Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства /Ср/	1	10	УК-4 ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2
2.6	Образовательные порталы и другие электронные ресурсы сети Интернет, использующиеся для решения лингвистических задач /Ср/	1	16	УК-4 ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2
2.7	/Зачёт/	1	4	УК-4 ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2

#### 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
Л1.1	Калмыков А. А., Коханова Л. А.	Интернет-журналистика: Учеб. пособие для вузов	М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005	20
Л1.2	Дзвеляя Е. Г.	Коммуникативные инструменты самопрезентации в личных жанрах интернет- коммуникации: выпускная квалификационная работа: студенческая научная работа	Ярославль, 2017	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=463295">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=463295</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

##### 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	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114785">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114785</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.2	Никитенко А. А.	Основы медиажурналистики: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=228794">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=228794</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Красильникова В. А.	Информационные и коммуникационные технологии в образовании: учебное пособие	Москва: Директ-Медиа, 2013	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=209292">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=209292</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4	Фрумкина Р. М.	Психолингвистика: Учеб. для вузов	М.: Академия, 2001	72

##### 5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ГРАМОТА.РУ Справочно-информационный портал <http://gramota.ru/>

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

Информационно-справочная система "Консультант+"

Информационно-справочная система "Гарант" – <https://www.garant.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 – <a href="https://www.wciom.ru/">https://www.wciom.ru/</a>
Газета – <a href="https://gzt.ru/">https://gzt.ru/</a>
Город N – <a href="https://gorodn.ru/">https://gorodn.ru/</a>
Государственная система правовой информации – <a href="http://www.pravo.fso.gov.ru/">http://www.pravo.fso.gov.ru/</a>
Единый архив экономических и социологических данных по российской Федерации от НИУ ВШЭ – <a href="http://sophist.hse.ru/">http://sophist.hse.ru/</a>
Журналист – <a href="https://jrnlst.ru/">https://jrnlst.ru/</a>
Интерфакс – <a href="https://www.interfax.ru/">https://www.interfax.ru/</a>
Исследовательская компания Mediascope – <a href="https://mediascope.net/">https://mediascope.net/</a>
Комитет защиты журналистов – <a href="https://cpj.org/ru/">https://cpj.org/ru/</a>
Коммерсант – <a href="https://www.kommersant.ru/">https://www.kommersant.ru/</a>

#### **5.4. Перечень программного обеспечения**

LibraOffice

#### **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.

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

<p>- виды интернет-текстов, особенности их функционирования в сфере интернет-коммуникации:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные единицы, категории и типологию интернет-коммуникации;</li> <li>- специфику гипертекста и гипертекстовой организации медиатекстов; особенности современных медиаресурсов.</li> </ul>		и, а также о типологии интернет-коммуникаций	
<p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- различать способы представления новостной информации в различных речевых жанрах;</li> <li>- работать с основными программными средствами; анализировать особенности функционирования электронных СМИ на основе различных параметров;</li> <li>- использовать приемы создания креативных медийных коммуникаций при создании собственных интернет-проектов.</li> </ul>	Сопоставительный анализ коммуникативных стратегий медиатекстов различной жанровой направленности; составление обзора существующих актуальных коммуникативных стратегий, в рамках которых интенсифицируется содержательная часть медиатекстов	свободное владение разнообразными современными программными средствами для создания интернет-текстов, отвечающих заданным целям и задачам	РЗ, 3
<p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- типами и разновидностями, жанра медиатекста;</li> <li>- навыками разработки собственных электронных информационных ресурсов;</li> <li>- методами и технологиями проектирования медиатекстов, отвечающих современным запросам интернет-сообщества.</li> </ul>	поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий	свободное владение всем диапазоном программных средств, обеспечивающее возможность проектирования индивидуальной концепции электронных образовательных ресурсов	РЗ, 3

\*З – вопросы к зачету, Т-тесты, РЗ-разноуровневые задания, Р- рефераты

#### 1.2 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.

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

## 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

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

### 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

### **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:

0–11 баллов: дано менее 30% верных ответов

12–16 баллов: дано не менее 50% верных ответов

17–33 баллов: дано не менее 60% верных ответов

34–40 баллов: дано не менее 70% верных ответов

#### 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=hzNdC7T2kjg>

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 охарактеризуйте его

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?

а) <http://www.rg.ru/>

б) <http://www.film.ru/>

с) <http://www.mr7.ru/>

д) <http://lenta.ru/>

е) <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 *медиа-текст*.

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 бере-гу Волги. Дойдя до середины моста, который соединяет Саратов с Энгель-сом, 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 про-шлом году. Место возведения храма выбрано не случайно: на Аллее аф-ганцев (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 со-юз ветеранов войны в Афганистане. На стройку долго не давали разреше-ния – 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 ги-перссылок (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 из-вестные 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, на-полненного «всякой нужной», как мы думаем, информацией – вот и но-сим его с собой. Газеты читаем иногда. А книги, увы, ещё реже. Статисти-ка посещения библиотек плачевна: сегодня завсегдааем книгохранили-291ща признаётся тот, кто навевывается туда хотя бы раз в месяц. Видишь там студентов, готовящихся в течение двух недель перед сессией; препо-давателей; государственных служащих, интересующихся новыми поста-новлениями; 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. Вы-сокие потолки, резные столы и стулья, часы в углах зала, сверкающие люстры невольно завораживают, маня сюда снова и снова. А как мы чита-ем книги? Сидим, а порой и лежим перед монитором, листаем глазами страницы, тем самым нанося вред организму. Лучи ультрафиолета прони-зывают 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 страниц; 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 за-тем, 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 реалий и ирреально-сти; тишиной, изредка нарушаемой звуком упавшей случайно ручки. Печально, что этот звук слышат с каждым годом всё меньшее число граж-дан, а ведь когда-то Россия была самой читающей страной.

Задание 8. Подберите распространенные в современном официальном коммуникативном пространстве тексты, содержащие черты конфликтногенности, 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 информа-  
тивность заголовков.
- 7) Какова посещаемость сайта?  
Общая оценка юзабилити ресурса: Понятен? Удобен? Вызывает до-  
верие? Эффективен? Полезен?

#### **Критерии оценки:**

40-20 баллов – задания (2 и более) выполнены в целом верно, без грубых ошибок;

19-0 баллов – не все задания выполнены или выполнены с большим количеством грубых ошибок

### **Темы рефератов по дисциплине «Текст в интернет-коммуникации» 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. Мультимедиасистемы. Компьютер и музыка.
11. Мультимедиасистемы. Компьютер и видео.
12. Сетевые и телекоммуникационные сервисные программы.
13. О программах-поисковиках в Интернете.
14. О программах-броузерах 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.
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:**

20-10 баллов – подготовлена презентация; выступающий провел предварительный поиск и сбор научной литературы по выбранной теме, способен обосновать актуальность выбранной темы, представить историю изучения вопроса и последовательно и аргументированно изложить собственную позицию по выбранной теме; отвечает на дополнительные вопросы слушателей и преподавателя

9-0 баллов – презентация не подготовлена или подготовлена, но при этом излагаемый материал не логичен, не последователен, не связан с выбранной темой.

### **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 расписанию промежуточной аттестации. 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.