

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра журналістики та мовної комунікації

Декан гуманітарно-педагогічного факультету  
«Гуманітарно-педагогічний факультет» САВИЦЬКА  
2022 року



**СХВАЛЕНО**

на засіданні кафедри  
журналістики та мовної комунікації,  
протокол № 11 від 25 травня 2022 р.

Завідувач кафедри

Весеф Наталія КОСТРИЦЯ

**РОЗГЛЯНУТО**

Гарант ОП «Журналістика»

Весеф Наталія КОСТРИЦЯ

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«Конвергентні медіа»**

Спеціальність 061 – Журналістика  
Освітня програма – Журналістика  
Гуманітарно-педагогічний факультет

Розробник – доцент Савенко О. М.

Київ – 2022

## 1. Опис навчальної дисципліни

<b>Галузь знань, напрям підготовки, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень</b>		
Спеціальність	<u>061 журналістика</u>	
ОС	бакалавр	
<b>Характеристика навчальної дисципліни</b>		
Вид	основна	
Загальна кількість годин	180	
Кількість кредитів ECTS	6	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (якщо є в робочому навчальному плані)	—	
Форма контролю	іспит (7 семестр, 4 курс)	
<b>Показники навчальної дисципліни для денної форми та скороченого терміну навчання</b>		
	денна форма навчання	скорочений термін навчання
Рік підготовки	4	-
Семестр	VII	-
Лекції	30	-
Практичні, семінарські заняття	45	-
Лабораторні заняття	—	-
Самостійна робота	105	-
Індивідуальні завдання	—	-
Кількість тижневих годин для денної форми навчання:		-
аудиторних	5	
самостійної роботи студента	7	

### Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 6	061 журналістика	основна	
Модулів – 2		<b>Рік підготовки:</b>	
Змістових модулів – 2	Освітній ступінь – бакалавр	4-й	-
Індивідуальне науково-дослідне завдання - не передбачено		<b>Семестр</b>	
Загальна кількість годин – 180		7-й	-
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 5 самостійної роботи студента – 7		<b>Лекції</b>	
		30 год.	-
	<b>Практичні, семінарські</b>		
	45	-	
	<b>Лабораторні</b>		
	-	-	
	<b>Самостійна робота</b>		
	105 год.	-	
	<b>Індивідуальні завдання:</b>		
	-		
<b>Вид контролю:</b>			
Іспит (7 семестр, 4 курс)			

## 2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій спричинив появу нових форм комунікації, зростання інформаційних потоків та мультимедійних процесів, структуруацію аудиторії тощо. Ці та інші чинники сприяли медіаконвергенції та зумовили появу нових медіа – модерної інтерактивної медіапродукції, поширення якої переважно забезпечує онлайн-з'єднання.

До конвергентних медіа відносяться соціальні мережі, засоби масової інформації онлайн, месенджери, пошукові системи, агрегатори новин тощо. В Україні нові медіа не замінили, а доповнили традиційні – на суспільному рівні вони відітнули частку довіри аудиторії, на політичному ж стали інструментарієм для нових форм побудови діалогу, кампаній, особливої логістики контенту.

Характеристиками нових медіа є: поєднання різних типів мовлення на одному ресурсі; одночасність викладу й інтерпретації інформації; персоналізація інформації, конкретність її формулювання й орієнтованість на життєве середовище; адресність потоку інформації; інтерактивність та запровадження онлайн-комунікації; функціонування стрімінгових сервісів; оцифрування видань та створення електронних архівів.

Проявами впливу конвергенції медіа на політичну сферу України стали утвердження нових підходів до розроблення й ухвалення політичних рішень і старт діджиталізації влади; використання політичною елітою позаінституціональних форм комунікації із суспільством, що перетворило політика на самодостатнє джерело інформації, а соціальні мережі та хостинги – на нові медіа.

Перевагами конвергенції медіа є можливість застосування нових алгоритмів взаємодії з аудиторією, реалізацію цінностей плюралізму, формування нового підходу до політичної інформації та логістики контенту, структурації інформаційно-комунікаційного виміру політики. З одного боку, розширення аудиторії реалізується завдяки просуванню політичних тез і антитез із залученням різних комунікаційних майданчиків, висловлення офіційних позицій та їхніх інтерпретацій лідерами громадської думки, що, з іншого боку, також уможлиблює широкі можливості створення і розповсюдження інформаційних вкидів (т. зв. фейків), активізації інтернет-ботів тощо. Ризики використання потенціалу нових медіа полягають у відсутності чіткої регламентації їхньої діяльності і, як наслідок, неконтрольованому поширенні фейків, порушенні меж приватності, загрози кібербезпеці, що надає даній журналістській дисципліні особливої гостроти й актуальності.

Ця дисципліна є обов'язковою. Викладається протягом 7 семестру на 4 курсі в обсязі **180** год. (4 — кредити ECTS), із них лекційних — **30** годин, семінарських — **45** годин, самостійної роботи — **105** годин.

У курсі передбачено 2 змістових модулі та 2 модульні контрольні роботи. Завершується дисципліна – **іспитом**. Іспит проходить у вигляді відповідей на запитання з програми.

### **Метою викладання навчальної дисципліни «Конвергентні медіа» є:**

Мета курсу – визначити особливості процесу конвергенції медіа та з'ясувати, як ці аспекти впливають на інформаційний складник суспільно-політичного життя в Україні.

формування знань про «новітні медіа», їх особливості, взаємодію з традиційними медіа; отримання знань про поняття «конвергента журналістика»;

отримання знань щодо світових та локальних тенденцій розвитку ЗМІ, наслідків та перспектив цифрової революції та її впливу на щоденну діяльність журналіста;

нових ролях сучасних журналістів;  
формування навичок створення мультимедійних текстів для різних медійних платформ;  
здобуття знань про явище медіаконвергенції та реалізацію принципу мультимедійності в нових медіа;  
розвиток знань і вмінь щодо роботи журналіста в редакції, орієнтованій на виробництво контенту для онлайн-ЗМІ із застосуванням мультимедійних підходів і технологій;  
освоєння навичок підготовки мультимедійних публікацій в актуальних для сучасного медіаринку жанрах і форматах;  
тренінг створення матеріалів на основі заданих інформаційних приводів із використанням мультимедійних можливостей інтернету.

### **Основними завданнями вивчення дисципліни «Конвергентні медіа» є:**

удосконалення універсальних методів і прийомів роботи в інтернет-журналістиці;  
оволодіння майстерністю виготовлення новинарського контенту на медіаконвергентних засадах на всіх етапах підготовки матеріалів – від збору інформації до її опублікування та поширення за допомогою цифрової техніки та глобальних інформаційно- комунікаційних мереж;  
ознайомлення з останніми трендами новинної інтернет-журналістики в контексті аналізу медіапродукту популярних інтернет-ЗМІ України та світу;  
вивчення передового досвіду журналістів-практиків щодо застосування мультимедіа при підготовці новин; вивчення актуальних жанрів і форматів, які з'явилися у журналістиці вітчизняних ЗМІ порівняно недавно, й освоєння відповідних навичок роботи;  
ознайомлення студентів з принципами роботи новітніх редакційних структур, з особливостями «новітніх медіа» та функціонування конвергентної журналістики назагал;  
із сутністю нових журналістських понять «інтерактивність» та «гіпертекстуальність»;  
навчання користуватися програмним забезпеченням по створенню сучасної відео- та аудіопродукції;  
працювати з базами даних; використовувати програмне забезпечення по створенню інфографіки;  
надати дієві інструменти створення якісного мультимедійного тексту для онлайн- медіа;  
навчити студентів користуватися мультимедійними інструментами у процесі створення новин, репортажів та інтерв'ю;  
засвоїти основні методи та прийоми створення мультимедійного тексту, організувати і планувати підготовку до його створення;  
засвоїти правила та етичні принципи написання текстів для онлайн-видань.

## У результаті освоєння програми студенти повинні

### **ЗНАТИ:**

- основні відмінності новітніх медіа від традиційних;
- основні принципи роботи конвергентних медіа;
- сутність понять «медіаконвергенція», «конвергентні медіа», «кросмедіа» «трансмедіа», «конвергентна журналістика», «конвергентний ньюз-рум», «інтегрований ньюз-рум», «мультимедійність», значення термінів «деск», «супердеск», «жива команда», «медіахаб», «сторітелінг», «лонгвід», «мультискрипт», «ньюз-сторі», «фічер», «натграф», «кікер»;
- особливості медіапродукту конвергентної редакції, орієнтованої перш за все на виготовлення контенту для інтернет-ЗМІ;
- організаційні засади діяльності журналіста в конвергентній редакції;
- спектр форматів і медіаканалів, які технічно можливо застосувати завдяки інтернеттехнологіям, методи та прийоми роботи з ними;
- останні тренди в підготовці мультимедійних новин;
- методи та прийоми створення мультимедійних новин, репортажів та інтерв'ю, їх особливості, способи та прийоми підвищення якості текстів;
- методи використання відкритих джерел інформації – онлайн баз даних;
- особливості роботи програмами по створенню відео та аудіо;
- методи використання програм для створення інфографіки;
- методи використання програм по створенню карт та програм по роботі з великими масивами даних;
- етичні засади журналістської праці для підготовки мультимедійного матеріалу.

### **ВМІТИ:**

- знайти потрібну інформацію для створення журналістського тексту для онлайн ЗМІ;
- працювати з базами даних;
- користуватися мультимедійними інструментами по створенню аудіо, відео та інфографіки;
- знаходити теми для мультимедійних текстів;
- створювати мультимедійні новини;
- створювати мультимедійні репортажі;
- проводити інтерв'ю;
- володіти структурою журналістського матеріалу;
- ефективно використовувати онлайн-сервіси по роботі з великими масивами даних;
- створювати та редагувати власні тексти мультимедійних матеріалів.
- готувати для публікації в інтернет-ЗМІ текст, фото, малюнки, інфографіку, відео, аудіо, опрацьовувати матеріали всіх форматів у відповідних комп'ютерних програмах; складати концепцію майбутнього мультимедійного повідомлення, спираючись на заданий інформаційний привід, вдало поєднуючи різні формати в одній інтернет-публікації; виготовляти мультимедійні інтернет-новини актуальних жанрів.

## **НАБУТТЯ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ:**

### **Загальні компетентності (ЗК)**

- ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

### **Спеціальні (фахові, предметні) компетенції**

- СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.
- СК02. Здатність формувати інформаційний контент.
- СК03. Здатність створювати медіапродукт.
- СК04. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність. СК05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.

### **Програмні результати навчання**

- ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.
- ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.
- ПР08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.
- ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.
- ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.
- ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.
- ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.
- ПР17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.

### **3. ПРОГРАМА ТА СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «КОНВЕРГЕНТНІ МЕДІА»**

**для повного терміну денної форми навчання**

#### **Змістовий модуль 1. Новітні медіа та конвергентна журналістика**

**Тема 1.** Визначення поняття «новітні медіа». Типи та форми новітніх медіа. Типи конвергенції. Історія поняття «конвергенція». Використання терміну в суспільних та точних науках. Поняття «конвергентна журналістика»: конвергенція, діджиталізація, інтерактивність.

**Тема 2.** Передумови виникнення конвергенції в ЗМІ. Мультиплатформність. Основні відмінності традиційних типів медіа від новітніх медіа.

**Тема 3.** Нові типи редакцій та їх перспективи розвитку: світовий досвід, досвід національних медіа, досвід регіональних ЗМІ. Конвергентна редакція як новий тип медійної бізнес-моделі. Особливості та умови розвитку конвергентної редакції.

**Тема 4.** Специфіка розвитку регіональних медіа в умовах технологічного буму. Об'єднана редакція. Інтегрована редакція. Мультиплатформна редакція.

**Тема 5.** Конвергенція журналістських жанрів. Конвергенція методів створення журналістських текстів в умовах розвитку інформаційних технологій.

**Тема 6.** Особливості використання різних типів передачі контенту в мультимедійній історії. Поєднання картинки та звуку. Поєднання відео та тексту.

**Тема 7.** Інструменти пошуку інформації просування контенту. Агрегація контенту. RSS-спосилки як новий спосіб розповсюдження контенту. Використання новітніх технологій для розповсюдження мультимедійного контенту.

**Тема 8.** Принципи роботи пошуковиків: Google, Yandex, Yahoo, Mail.ru, Bing. Бази даних: специфіка роботи з відкритими джерелами інформації. Методи збирання та розповсюдження великих масивів даних.

#### **Змістовий модуль 2. Мультимедійні жанри в контексті розвитку новітніх медіа**

**Тема 1.** Нові ролі журналістів в сучасному інформаційному середовищі. Передумови виникнення нових ролей журналістів. Трансформація традиційних ролей сучасного журналіста: від класичного кореспондента до мультимедійного редактора.

**Тема 2.** Поняття «універсальний журналіст». Нові ролі журналістів в інтернет-медіа. Редактор-агрегатор. Мобільний журналіст. Мультимедіа-продюсер. Етичні засади роботи журналіста в сучасних умовах розвитку інформаційних технологій.

**Тема 3.** Особливості використання мультимедіа в структурі журналістських жанрів. Поняття «мультимедійний текст». Складові мультимедійного тексту: особливості використання тексту в мультимедійній історії.

**Тема 4.** Специфіка використання відео. Аудіоподкаст як нова складова текстової публікації.

**Тема 5.** Мультимедійна новина. Мультимедійний репортаж. Мультимедійне інтерв'ю. Мультимедійна історія як новий тип жанру в контексті розвитку конвергенції в медіа. Синтетичні журналістські жанри.

**Тема 6.** Блоги і блогерство: аматорство, спосіб самовираження, спосіб маніпулятивного впливу на аудиторію чи новий жанр журналістики.



**Тема 7.** Онлайн-ресурси для створення мультимедійних текстів. Мультимедійні засоби візуалізації контенту. Онлайн-інструменти для створення аудіо та відеопідкастів та інфографіки. Програми по роботі з великими масивами даних. Онлайн-ресурси по створенню карт. Інтеграція мультимедійних інструментів в журналістський текст.

#### 4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «КОНВЕРГЕНТНІ МЕДІА»

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усьог	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Змістовий модуль 1. Новітні медіа та конвергентна журналістика</b>												
<b>Тема 1.</b> Визначення поняття «новітні медіа». Типи та форми новітніх медіа. Типи конвергенції. Історія поняття «конвергенція». Використання терміну в суспільних та точних науках. Поняття «конвергентна журналістика»: конвергенція, дигіталізація, інтерактивність.	12	2	3	-	-	7						
<b>Тема 2.</b> Передумови виникнення конвергенції в ЗМІ. Мультиплатформність. Основні відмінності традиційних типів медіа від новітніх медіа.	12	2	3	-	-	7						
<b>Тема 3.</b> Нові типи редакцій та їх перспективи розвитку: світовий досвід, досвід національних медіа, досвід регіональних ЗМІ.	12	2	3	-	-	7						

Конвергентна редакція як новий тип медійної бізнесмоделі. Особливості та умови розвитку конвергентної редакції.														
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

<b>Тема 4.</b> Специфіка розвитку регіональних медіа в умовах технологічного буму. Об'єднана редакція. Інтегрована редакція. Мультиплатформна редакція.	12	2	3	-	-	7								
<b>Тема 5.</b> Конвергенція журналістських жанрів. Конвергенція методів створення журналістських текстів в умовах розвитку інформаційних технологій.	12	2	3			7								
<b>Тема 6.</b> Особливості використання різних типів передачі контенту в мультимедійній історії. Поєднання картинки та звуку. Поєднання відео та тексту.	12	2	3			7								
<b>Тема 7.</b> Інструменти пошуку інформації просування контенту. Агрегація контенту. RSSрозсилки як новий спосіб розповсюдження контенту. Використання новітніх технологій для розповсюдження мультимедійного контенту.	12	2	3			7								
<b>Тема 8.</b> Принципи роботи пошуковиків: Google, Yandex, Yahoo, Mail.ru, Bing. Бази даних: специфіка роботи з відкритими джерелами інформації. Методи збирання та	12	2	3			7								

розповсюдження великих масивів даних.														
---------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>96</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>56</b>								
-------------------------------------	-----------	-----------	-----------	----------	----------	-----------	--	--	--	--	--	--	--	--

## Змістовий модуль 2. Мультимедійні жанри в контексті розвитку новітніх медіа

<b>Тема 1.</b> Нові ролі журналістів в сучасному інформаційному середовищі. Передумови виникнення нових ролей журналістів. Трансформація традиційних ролей сучасного журналіста: від класичного кореспондента до мультимедійного редактора.	12	2	3	-	-	7								
<b>Тема 2.</b> Поняття «універсальний журналіст». Нові ролі журналістів в інтернетмедіа. Редактор-агрегатор. - Мобільний журналіст. Мультимедіа-продюсер. Етичні засади роботи журналіста в сучасних умовах розвитку інформаційних технологій.	12	2	3	-	-	7								
<b>Тема 3.</b> Особливості використання мультимедіа в структурі журналістських жанрів. Поняття «мультимедійний текст». Складові мультимедійного тексту: особливості використання тексту в мультимедійній історії.	12	2	3	-	-	7								

<b>Тема 4.</b> Специфіка використання відео. Аудіопідкаст як нова складова текстової публікації.	12	2	3	-	-	7							
<b>Тема 5.</b> Мультимедійна новина. Мультимедійний репортаж. Мультимедійне інтерв'ю.. Мультимедійна історія як новий тип жанру в контексті розвитку конвергенції в медіа. Синтетичні журналістські жанри.	12	2	3	-	-	7							
<b>Тема 6.</b> Блоги і блогерство: аматорство, спосіб самовираження, спосіб маніпулятивного впливу на аудиторію чи новий жанр журналістики.	12	2	3	-	-	7							
<b>Тема 7.</b> Онлайн-ресурси для створення мультимедійних текстів. Мультимедійні засоби візуалізації контенту. Онлайн-інструменти для створення аудіо та відеопідкастів та інфографіки. Програми по роботі з великими масивами даних. Онлайнресурси по створенню карт. Інтеграція мультимедійних інструментів в журналістський текст.	12	2	3	-	-	7							
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	<b>84</b>	<b>14</b>	<b>21</b>	-	-	<b>49</b>							
<b>Усього годин</b>	<b>180</b>	<b>30</b>	<b>45</b>			<b>105</b>							

## 5. ТЕМИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ НЕ ПЕРЕДБАЧЕНО НАВЧАЛЬНИМ ПЛАНОМ

### 6. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	<b>Тема 1.</b> Феномен конвергентних медіа в теорії і практиці сучасної журналістики. Вивчення досвіду роботи конвергентних ньюзрумів.	3
2	<b>Тема 2.</b> Поєднання різних технічних платформ в структурі інтегрованого ньюз-руму як реалізація універсальної моделі журналіста.	3
3	<b>Тема 3.</b> Чотири виміри журналістської роботи – спільність і відмінність: радійник – телевізійник – газетяр – інтернетник.	3
4	<b>Тема 4.</b> Вивчення схема облаштування приміщення конвергентного ньюз-руму, технічного оснащення апаратно- студійного комплексу.	3
5	<b>Тема 5.</b> Спеціалізовані випускові редакції, «живі команди», супердеск, дески.	3
6	<b>Тема 6.</b> Організація журналістської діяльності, професійні журналістські ролі в кросплатформній редакції, нові гібридні посади (редактор історій, інфограф, контент-менеджер, редактор коментарів).	3
7	<b>Тема 7.</b> Алгоритми виготовлення контенту, принцип «п'яти А».	3
8	<b>Тема 8.</b> Висвітлення в журналістикознавчих джерелах трендів щодо виробництва мультимедійних проєктів.	3
9	<b>Тема 9.</b> Прив'язка до екрану, одночасне використання тексту, фото, звуку, відео, статичних і рухливих зображень, зокрема інфографіки, інтерактивність, оперативність як основні характеристики універсальної журналістики.	3
10	<b>Тема 10.</b> Компетенції мультимедійного журналіста. Розгляд прикладів інтернет-публікацій, виготовлених на основі конвергентних підходів та технологій (на сайтах «1+1», «Україна», «Громадське ТБ», «Еспресо TV», «Радіо Свобода», «UA: ПЕРШИЙ» та ін.).	3
11	<b>Тема 11.</b> Чотири рівні кросмедіа. Сюжетні лінії новин, реалізовані за принципами кросмедіа і трансмедіа.	3
12	<b>Тема 12.</b> Типи трансмедіації.	3
13	<b>Тема 13.</b> Підготовка новин засобами конвергентної редакції.	3
14	<b>Тема 14.</b> Новини та інші інформаційні формати як продукт конвергентного ньюз- руму.	3

15	<b>Тема 15.</b> Задум майбутнього мультимедійного повідомлення.	3
	<b>Разом</b>	<b>45</b>

## 7. ТЕМИ ЛАБОРАТОРНИХ ЗАНЯТЬ НЕ ПЕРЕДБАЧЕНО НАВЧАЛЬНИМ ПЛАНОМ

## 8. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	<b>Тема 1.</b> Тренування в застосуванні мультимедійного мислення при опрацюванні інформаційних приводів	7
2	<b>Тема 2.</b> Сторітелінг в принті та Мережі. Створення повідомлень про останні події за допомогою прийомів мультимедійного сторітелінгу.	7
3	<b>Тема 3.</b> Соціальні мережі як інструмент просування контенту. Googleсервіси. Використання Facebook для пошуку інформації та просування журналістського контенту.	7
4	<b>Тема 4.</b> Нові жанри: мультискрипт, інформаційна гра, динамічна візуалізація, інтерактивна таймлінія.	7
5	<b>Тема 5.</b> Мультимедійні інструменти для роботи з базами даних	7
6	<b>Тема 6.</b> Переробка заміток в мультимедійні ньюз-сторі.	7
7	<b>Тема 7.</b> Використання суперцитати	7
8	<b>Тема 8.</b> Структурування історій за стандартами провідних світових видань.	7
9	<b>Тема 9.</b> Категорії мультимедійних історій за лінійним та нелінійним способами побудови наративу.	7
10	<b>Тема 10.</b> Тренування в написанні м'яких лідів, натграфів, кікерів.	7
11	<b>Тема 11.</b> Мультимедійна стаття, лонгрід.	7
12	<b>Тема 12.</b> Ньюз-сторі, фічер як інформаційне повідомлення.	7
13	<b>Тема 13.</b> Пошук і розробка історій. Прийоми розкриття героя історії: піраміда Фрейтага, крива Фіхте, принцип «нового журналізму».	7
14	<b>Тема 14.</b> Планування аудіоподкастів, простої та динамічної візуалізації, матеріалів спеціалізованих сервісів потокових мультимедіа.	7
15	<b>Тема 15.</b> Етапи колективної роботи над великою за обсягом мультимедійною публікацією.	7
	<b>Разом</b>	<b>105</b>

## 9. КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ З КУРСУ «КОНВЕРГЕНТНІ МЕДІА»

1. Виникнення перших спеціалізованих інтернет-видань.

2. Масовий перехід відомих медіабрендів у Мережу.
3. Сегментація ринку інтернет-видань.
4. Характеристики комерційної моделі видання.
5. Трансформація традиційних жанрів у веб-журналістиці.
6. Інтернет як інформаційний простір для виникнення й розвитку нових журналістських жанрів.
7. Найпоширеніші інформаційні жанри інтернет-журналістики.
8. Блог як авторський специфічний онлайн-жанр. Соціальний портрет аудиторії інтернет-ЗМІ.
9. Інтернет-ЗМІ та віртуальні спільноти: проблеми взаємодії.
10. Цільова, потенційна та реальна аудиторія інтернет-медіа.
11. Способи та значення ідентифікації цільової аудиторії, аналізу її інтересів.
12. Форми та засоби інтерактивних зв'язків новітніх медіа з користувачами.
13. Кількість аудиторії інтернет-видань: методи та проблеми підрахунку.
14. Маркетингові характеристики аудиторії.
15. Рівні активності аудиторії.
16. «Ядро», «прогортваність» та інші специфічні показники функціонування інтернет-видань.
17. Технології пошуку інформації в Інтернеті. Прийоми скла- дання пошукових запитів.
18. Заголовки в інтернет-виданнях. Зміна принципів створення заголовків. Відмітні особливості заголовків інтернет-видань від заголовків традиційних ЗМІ.
19. Маніпуляції та викривлення реальності у заголовках інтер- нет-матеріалів.
20. Етичні стандарти журналістики. Міжнародні та вітчизняні джерела професійної етики журналіста. 21. Проекти кодексів інтернететики.
22. Порушення фахових та етичних стандартів в інтернет-журналістиці: причини і наслідки.
23. Особливості відображення тексту у Веб та сприйняття електронних видань з екрану.
24. Залежність оформлення від способу читання електронного ЗМІ, формату видання та розміру дисплею користувача.
25. Засоби виділення тексту. Шрифтове оформлення. Інтер- ліньяж. Довжина рядків. Абзаци та «білий простір». Тло. Використання кольору.
26. Підготовка та редагування зображального матеріалу для електронних видань. Формат, кольорова гама ілюстрацій.
27. Способи взаємодії ілюстрацій із текстом.
28. Використання мультимедіа.
29. Зовнішні гіперпосилання в матеріалі: переваги та недоліки.
30. Прийоми внутрішньої перелінковки інформаційних матеріа- лів.
31. «Слабкі» та «сильні» гіперпосилання як метод оформлення великого текстового фрагменту.
32. Поняття топ-новини. Методи акцентування.
33. Поняття «гарячої» теми. Формування інформаційного потоку відповідно до трендів навколишнього інформаційного середовища.
34. Ефективність продукування та репродукування топ-повідомлень.
35. Формування інформаційної політики видання: баланс між потенціалом відвідуваності того чи іншого повідомлення й потребою інформаційного впливу на аудиторію.
36. Формування «порядку денного» видання в режимі реального часу.
37. Випусковий редактор в інтернет-виданнях: службові обов'язки та професійні компетенції.
38. Формування інформаційної політики сайту.
39. Формування рекламної стратегії сайту.

40. Збалансування інтересів власника сайту та редакційного колективу.
41. Електронні видавництва: чинники впливу на ринок (економічні, технологічні, регуляторні, глобальні, соціальні).
42. Антикризове керівництво інтернет-редакцією.
43. Роль пошукового трафіку у відвідуваності інтернет-ресурсу. Позитиви та негативи великої частки пошукового трафіку в загальній відвідуваності сайту.
44. Методи підвищення рейтингу матеріалів у пошукових системах: внутрішня перелінковка, формування ієрархії заголовків, використання ключових слів високочастотного пошуку в матеріалі.
45. Роль зовнішніх гіперпосилань на матеріал і способи їх створення.
46. Використання соціальних мереж для підвищення пошукового рейтингу матеріалів.
47. Структура соціальних мереж. Мережі блогів, мікроблогів та мереж, побудованих за принципом Facebook.
48. Вплив соціальних мереж на трансформацію суспільства.
49. Джерела дослідження учасників соціальних мереж.
50. Особливості аудиторії соціальних мереж: демографічне, психографічне, геодемографічне дослідження.
51. Просування електронних видань у соціальних мережах.
52. ЗМІ в соціальних мережах. Переваги соціальних мереж над традиційними ЗМІ: технологічний і змістовий аспекти.
53. Виникнення соціальних мереж у форматі мережі блогів. Помилки в організації роботи перших соціальних мереж.
54. Виникнення тематичних та професійних соціальних мереж.
55. Перехід соціальних мереж з формату особистих щоденників до формату масових видань.
56. Виникнення Facebook і перехід широких мас до соціальних мереж.
57. Історія впливу соціальних мереж на політику.
58. Історія розвитку соціальних мереж в Україні.
59. Поняття блогу, блогера, блогосфери. Тенденції розвитку блогосфери в Україні та світі.
60. Види блогів: критерії поділу та різновиди.
61. Найпопулярніші платформи для створення блогів або веб-логосистеми. Створення блогу на платформі: переваги та недоліки.
62. Сервіси для створення Stand alone або автономного блогу. Створення stand alone блогу: переваги та недоліки.
63. Мікроблог як особливий вид блогу.
64. Економічний складник: як заробити на блозі.
65. Публічні блоги на інформаційних ресурсах та особисті блоги журналістів.
66. Професійні інтернет-видання та власний блог: відмінності в методах подачі інформації.
67. Блоги як чинник поширення свободи слова та боротьби з цензурою.
68. Питання ефективності та потреби застосування етичних стандартів у Веб 2.0. 69. Етичні порушення журналістами та користувачами мережі Веб 2.0.
70. Маніпуляції в коментарях, на форумах і соціальних мережах.
71. Формування певної субкультурної етики в середовищі соціальних мереж.
72. Правовий статус громадянських журналістів і проблема притягнення їх до відповідальності за порушення етичних норм.
73. Дискусії щодо потреби реєстрації електронних видань: аргументи «за» та «проти».
74. Види модерації та її роль. Обов'язки та вимоги до модератора.



75. Інформаційна підтримка ресурсу (редагування контенту, створення додаткових сторінок, управління інтерактивними підсистемами).
76. Дизайнерська підтримка й розробка графічних елементів (банерів, анонсів, ілюстрацій, схем, малюнків), оформлення нових підрозділів, редизайн.
77. Прийоми підвищення активності аудиторії.
78. Ігрові методи стимулювання активності аудиторії. Флешмоби.
79. Інтернет-редактор: функціональні обов'язки, професійні компетенції, особистісні риси.
80. Типологія сайтів і їхній контент.
81. Специфіка сприйняття інформації в Інтернеті та головні ви моги до інтернеттексту.
82. Джерела інформації в роботі інтернет-редактора.
83. Огляд онлайн-редакторів.
84. Структура інтернет-тексту.
85. Ознаки якісного інтернет-тексту.
86. Унікальний текст і копіпаст: редакторські підходи.
87. Стилїстика інтернет-тексту.
88. Сугестивні прийоми в редагуванні інтернет-текстів.
89. Тексти головної сторінки інтернет-видання.
90. Редагування анонсу.
91. Редагування замітки.
92. Редагування репортажу з місця подій.
93. Редагування інтерв'ю.
94. Редагування мультимедійної статті.
95. Абзацоподіл і створення рівнів тексту.
96. Журналістське розслідування: завдання та засоби розкриття теми.
97. Редагування заголовків до інтернет-текстів.
98. Редакторська підготовка інтернет-опитування.
99. Редагування тематичного блогу. 100. Редагування особистого блогу.
101. Особливості веб-інтегрованості.
102. Редакторська робота над внутрішніми і зовнішніми гіперпосиланнями.
103. Seo-копірайтинг текстів.
104. Особливості рерайтингу текстів.
105. Шрифтові і нешрифтові виділення у веб-текстах.
106. Подача додаткових текстів в інтернет-ЗМІ.
107. Які законодавчі акти, крім інформаційного законодавства, визначають правила і порядок функціонування засобів масової інформації в Україні.
108. Правове поле діяльності та принципи нормативно-правового регулювання нових конвергентних аудіовізуальних засобів масової інформації.
109. Саморегулювання і самовстановлені спеціальні обмеження як ефективний засіб недопущення розповсюдження протизаконного, небезпечного контенту та шкідливих для суспільства висловлювань в Інтернеті, і результат слїдування журналістськими колективами правовим нормам громадського співжиття.
110. Шість критеріїв віднесення і зарахування Інтернетівських організацій, підприємств чи окремих осіб до медійної сфери діяльності.
111. Ліцензування, реєстрація, повідомлення як регуляторні інструменти і практичні регуляторні підходи до нових аудіовізуальних медіа.

112. Правові норми в боротьбі із шахрайством і крадіжкою інтелектуальної власності в конвергентних ЗМІ.
113. Типові порушення законодавчих норм і прав журналістів в Україні.
114. Способи протистояння і захисту професійних журналістських прав.
115. Проблеми визначення належного відповідача у журналістській практиці інтернетресурсів.

# ЗРАЗОК ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО БІЛЕТА

## НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

<b>ОКР «Бакалавр» напрям підготовки/ спеціальність</b> – 061 «журналістика»	<b>Кафедра</b> Журналістики та мовної комунікації 2022-2023 навч. рік	<b>Екзаменаційний білет № X</b> з дисципліни « <b>КОНВЕРГЕНТНІ МЕДІА</b> »	<b>Затверджую</b> Завідувач кафедри _____ Н.М.Костриця « ____ » _____ 2022 р.
--	---	--	--

### Тестові завдання різних типів

#### 1. Узгодьте поняття за його визначенням:

1.	Веб-сайт	а)	Окремий веб-сайт або його розділ, що регулярно оновлюється, матеріали якого (пости) можуть містити тексти, фотографії, відео.
2.	Блог, мережевий журнал,	б)	Синтетичний жанр, який об'єднує аудіо- і фотоматеріали, медіапродукт, що являє собою озвучену фотоісторію.
3.	Інформ. ресурси	в)	Сукупність веб-сторінок, об'єднаних темою, дизайном, взаємопов'язаних гіперпосиланнями, що знаходяться на одному й тому ж веб-сервері й до-ступні в Інтернеті через протоколи HTTP / HTTPS.
4.	Аудіослайдшоу	г)	Документи і масиви документів в бібліотеках, архівах, фондах та ін. інф.системах

#### 2. Які організації уповноважені здійснювати регуляторні функції в галузі телерадіомовлення України:

1) Державний комітет телебачення й радіомовлення України
2) Державний департамент з питань зв'язку та інформатизації Міністерства транспорту і зв'язку України
3) Національна рада України з питань телебачення й радіомовлення
4) Рада з питань інформаційної політики при Президентові України

#### 3. Мультимедійна стаття це:

1) Журналістський матеріал, в якому тема розкрита за допомогою текстового, графічного, звукового, відео, анімаційного формату;
2) Телевізійний сюжет неодмінно зі стендапом кореспондента;
3) Стаття, супроводжена фото із текстовками;

#### 4. Рішення про припинення дії ліцензії ЗМІ в Україні мають право приймати:

1) Рада національної безпеки й оборони України;
2) Офіс Президента України;
3) Районний суд
4) Міністерство юс

#### 4. Модерування це:

1) Процес добровільного стеження за дотриманням правил форуму, соцмережі чи іншого
2) Схема розташування інформації у виданні
3) Принцип, згідно якого програмний засіб поділяється на окремі іменовані суті - модулі

#### 5. Якими ознаками новітні медіа, засновані на цифрових технологіях, відрізняються від традиційних ЗМІ.:

1) Мультимедійністю;
2) Гіпертекстуальністю;
3) Інтерактивністю
4) Усіма наведеними вище

#### 6. Діяльність засобів масової інформації в Україні, насамперед конвергентних:

1) Строго відповідає принципам і правилам міжнародної регулятивної практики;
2) Не відповідає принципам і правилам міжнародної регулятивної практики;
3) В основному відповідає з урахуванням принципу політичної доцільності

**7. Система неписаних правил хорошого тону, неформалізовані правила поведінки і спілкування в Інтернеті має назву:**

	1) Нетикет;
	2) Неформальна рівновага
	3) Модерування;
	4) Мотивація інтернет-користувачів

**8. Поняття «нікнейм» означає:**

1)	Вигадане мережеве ім'я, що використовується у блогах, форумах, чатах;
2)	Заголовок статті в електронному виданні;
3)	Посилання на джерело інформації в Інтернеті.

**9. Плагін WordPress означає:**

1)	Недозволене використання об'єктів інтелектуальної власності;
2)	Програмний додаток, що дозволяє розширити функціональні можливості блогу;
3)	Розміщення публікації користувача на форумі чи у блозі

**ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ**

1. Правове середовище діяльності електронних засобів масової інформації в Україні.
2. Трансформація журналістських жанрів у веб-просторі.

Викладач

доц. Савенко О.М.

**10. МЕТОДИ НАВЧАННЯ**

За джерелами знань використовуються такі методи навчання: словесні – розповідь, пояснення; наочні – презентація, ілюстрація; практичні – індивідуальні завдання, самостійна робота, практична робота.

За характером логіки пізнання використовуються такі методи: аналітичний, синтетичний, аналітико-синтетичний, індуктивний, дедуктивний.

Задіяно практикум, спрямований на вироблення навичок самостійної моральної орієнтації майбутніх журналістів у складних професійних ситуаціях.

**11. ФОРМИ КОНТРОЛЮ**

Усний контроль у вигляді індивідуального та фронтального опитування. Письмовий контроль у вигляді модульних контрольних робіт, виконання індивідуальних завдань, поточного тестування. Теоретичні знання студентів оцінюються за відповідями на семінарських заняттях. Форми контролю забезпечують одержання зворотної інформації про зміст, характер і досягнення в навчально-пізнавальній діяльності студентів і про ефективність праці викладача. Під час викладання навчальної дисципліни застосовуються такі методи контролю за навчально-пізнавальною діяльністю студентів, як метод усного контролю у вигляді індивідуального та фронтального опитування, письмовий контроль (письмові відповіді на питання), та письмовий контроль у вигляді модульних контрольних робіт, виконання індивідуальних завдань, поточного тестування. Підсумковий контроль знань – іспит.

## 12. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ

Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України» (наказ про уведення в дію від 27.12.2019 р. № 1371)

### Шкала оцінювання

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна за результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	Відмінно	Зараховано
74-89	Добре	
60-73	Задовільно	
0-59	Незадовільно	Не зараховано

Для визначення рейтингу студента із засвоєння дисципліни R дис. (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу студента з навчальної роботи R нр (до 70 балів):  $R_{\text{дис}} = R_{\text{нр}} + R_{\text{ат}}$

## 13. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. Кросмедіа: контент, технології, перспективи : колективна моногр. / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко; Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Київ : Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. 234 с.
2. Мережева журналістика: спеціалізовані курси : навч. посіб. / Н. Габор, Ю. Залізняк, С. Жаб'юк та ін. Львів : Вид-во ЛНУ ім. І. Франка, 2015. 136 с

## 14. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна:

1. Захарченко А. Інтернет-медіа. Інтерактивний навчальний посібник для курсу «Підтримка сайту» для студентів відділення «Видавнича справа та редагування». Тернопіль : Крок, 2014. 198 с
2. Підручник з крос-медіа / І. Н. Крецу та ін. Бонн : Schiller Publishing House, 2015. 144 с. (URL : <http://dsr.univ.kiev.ua/pub/publish/153224/>).
3. Рауе П.-Й. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / пер. з нім.
- В. Климченко ; за заг. ред. В. Іванова. Київ : Центр Вільної Преси, Академія Укр. Преси, 2014. 358 с.
4. Quinn S., Filak V. Convergent Journalism an Introduction: Writing and Producing Across Media. Focal Press, 2005. 240 p.
5. Кіхтан В. В. Інформаційні технології в журналістиці. - Д.: Фенікс, 2004. - Серія «Вища освіта». - 160 с.

6. Дьюз М. Что такое мультимедийная журналистика? [Электронный ресурс] / Дьюз М. // Редакторський портал. - 2010. - 18 чер. - Режим доступу: <http://www.redactor.in.ua/internet/322.html>

**Додаткова:**

1. В Україні створили сайт про власників ЗМІ: 75 % телеринку контролюють олігархи [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://hromadske.ua/posts/v-ukraini-stvoryly-sait-provlasnykiv-zmi>. - Назва з екрана.
2. Іщенко Н. Новий рівень «діалогу». Або загроза державній безпеці? Чому активне співробітництво медійників України та Росії викликає все більше запитань [Електронний ресурс] / Н. Іщенко. - Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/novyuy-riven-dialogu>. - Назва з екрана.
3. Конвергенція як стратегія розвитку сучасних ЗМІ // Нова парадигма: зб. наук. праць. - Київ, 2011. - № 97.
4. Кросбі В. Що таке нові медіа? [Електронний ресурс] / В. Кросбі. - Режим доступу: [http://rebuildingmedia.corante.com/archives/2006/04/27/what\\_is\\_new\\_media.php](http://rebuildingmedia.corante.com/archives/2006/04/27/what_is_new_media.php).
5. Онищенко О. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства / [О. Онищенко, В. Горюхов, В. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. - Київ, 2014. - 260 с.
6. Шеремет В. Типология медиаконвергенции [Электронный ресурс] / В. Шеремет. - Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-mediakonvergensii>. - Загл. с екрана.
7. Barr T. The changing face of Australia's media and communications / T. Barr. - Allen & Unwin, 2000. - 280 p.
8. Danesi M. Dictionary of media and communications / M. Danesi. - Pentagon Press, 2009. - 349 p.
9. Herring S. Commentary: Contextualizing digital discourse [Electronic resource] / S. Herring // Digital discourse: Language in the new media. - New York: OxfordUniversity Press. - Mode of access: <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/commentary.2011.pdf>. - Title from the screen.
10. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide / H. Jenkins. - NYU Press, 2008. - 368 p.
11. Jenkins H. Transmedia 202: Further Reflections [Electronic resource] / H. Jenkins. - Mode of access: [http://henryjenkins.org/2011/08/defining\\_transmedia\\_further\\_re.html](http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html) August 1, 2011. - Title from the screen.
12. Kinder M. Playing with Power in Movies, Television and Video Games / M. Kinder. - University of California Press, 1991. - 277 p.
13. Zelenkauskaitė A. Television-mediated conversation: Coherence in Italian iTV SMS chat [Electronic resource] / A. Zelenkauskaitė, S. Herring // Proceedings of the Forty-First Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-41). - Los Alamitos, CA: IEEE Press, 2008. - Mode of access: <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/hicss08.pdf>. - Title from the screen.
14. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації: Пер. с англ. О. Возьна, Г. Сташків. - Львів: Літопис, 2010. - 538 с.
15. Quinn S. and Filak Vincent F. Convergent Journalism: An Introduction. - 2005. - Вид-во: Elsevier, USA.
16. Репкова Т. Новое время: Как создать профессиональную газету в демократическом обществе: Пер. с англ. Т. Бондаренко, Д. Колас. - К.: IREX ПроМедиа/Украина, 2002. - 468 с.
17. Вейлер К. Сетевые СМИ – другая журналистика. - [Электронный ресурс] / Вейлер К., МаурерР. // Режим доступу: [http://www.journ.bsu.by/index.php?option=com\\_remository&Itemid=108&func=startdown&id=85](http://www.journ.bsu.by/index.php?option=com_remository&Itemid=108&func=startdown&id=85)