



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.02 Журналистика
(Журналистика)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Отделение журналистики, рекламы и связей с общественностью

ОДОБРЕНО:

Руководитель ОП

Д.С. Докучаев

(подпись)

«01» сентября 2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Интернет-журналистика и блоги

Уровень высшего образования:	бакалавриат
Квалификация выпускника:	бакалавр
Направление подготовки:	42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль) образовательной программы:	Журналистика

Иваново



1. Цели освоения дисциплины

Цель курса – способствовать профессиональному овладению студентами новыми информационными технологиями, входящими в практическую деятельность современных отечественных СМИ.

Задачи курса: раскрыть взаимосвязь медийного пространства сети Интернет и современной журналистики; помочь студентам усвоить основные понятия, касающиеся сохранения и передачи информации посредством новых информационных технологий; сформировать отчетливое представление о специфике различных аспектов сетевого медиатекста: коммуникативного, психологического, технологического, жанрового, маркетингового типологического. Кроме того, курс предполагает детальное знакомство с электронными версиями ведущих периодических изданий, радиопрограмм, информационных агентств, а также с собственно Интернет-СМИ.

В современных условиях журналисты могут использовать блоги и социальные сети одновременно как площадку для распространения информации и ее сбора. Студенты в процессе обучения овладевают технологиями и методами работы в Сети, изучают специфику аудитории и сложившиеся в Интернете формы общения и взаимодействия.

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Интернет-журналистика и блоги» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений

Для освоения данной дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы теории и истории журналистики, специфику различных видов медиа.

Уметь: критично воспринимать научные теории и концепции, анализировать данные статистики, работать с базами данных, обрабатывать информацию для журналистского произведения.

Иметь: навыки работы в Интернете.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в результате освоения дисциплин ОП подготовки бакалавра журналистики «Технология создания медиапродукта», «Введение в профессиональную деятельность», «Основы журналистской деятельности», «Основы теории журналистики».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

3.1. Компетенции, формированию которых способствует дисциплина

При освоении дисциплины формируются следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

профессиональные:

- способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПК-1);
- способен анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле (ПК-3);
- способен организовывать процесс создания журналистского текста и (или) продукта (ПК-5)



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.02 Журналистика
(Журналистика)

3.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с формируемыми компетенциями

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: особенности технической базы и новейших цифровых технологий, применяемых в интернет-СМИ и мобильных медиа; специфику работы в условиях мультимедийной среды и конвергентной журналистики; методы и технологию подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, фото-, графика и т.п.).

Уметь: использовать в профессиональной деятельности цифровые и IT-технологии, оперативно готовить материалы, используя различные знаковые системы (текстовую, графическую, фото-, аудио-, видео) для размещения на различных мультимедийных платформах, приводить журналистские материалы в соответствие со стандартами, технологическими требованиями, принятыми в Интернет-СМИ разных типов; участвовать в производственном процессе выхода сетевого издания.

Иметь: навыки сбора, переработки и хранения информации; приемами анализа и обобщения информации; современными информационными технологиями; видами речевой деятельности; приемами контроля и самоконтроля композиционно-смысловых и языковых особенностей медиатекстов текстов в мультимедийной и гипертекстовой среде; навыками организационно-управленческой работы; навыками работы с информацией из различных источников; навыками использования современных информационных технологий.

4. Объем и содержание дисциплины

Объем дисциплины составляет 6 зачетных единицы (216 часов).

4.1. Содержание дисциплины (модуля) по разделам (темам), соотнесенное с видами и трудоемкостью учебных занятий

№ п/	Раздел дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемости (при очной/заочной формах обучения). Формы промежуточной аттестации (с указанием объема контактной работы в часах при очной/заочной формах обучения)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	
1.	Специфика сети Интернет как информационного пространства	5	2	2	Эссе; Собеседование.
2.	Зависимость	5	2	2	Собеседование;



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.02 Журналистика
(Журналистика)

	основных свойств интернет-журналистики от технических особенностей интернета.				Реферат.
3.	История развития медийного сектора Интернета в России	5	4	2	Участие в коллоквиуме ; Тест; Эссе .
4	Типология Интернет-СМИ	5	2	4	Участие в коллоквиуме Собеседование; Творческое задание.
5	Новостные сайты, порталы, авторские проекты как основные типы сетевых СМИ	5	4	4	Участие в практических занятиях и коллоквиуме; Творческое задание.
6	Психологические особенности коммуникативного пространства сети Интернет	5	4	2	Участие в практических занятиях и коллоквиуме.
Итого за семестр			18	16	Зачет
7	Интернет-СМИ как бизнес и предприятие. Маркетинговые технологии изучения аудитории в Сети	6	2	2	Участие в практических занятиях коллоквиуме.
8	Топология информационного наполнения. Дизайн Интернет-издания.	6	2	2	Участие в практических занятиях коллоквиуме; Творческое задание.



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.02 Журналистика
(Журналистика)

9	Интернет как инструмент журналистского поиска: основные источники информации и критерии их оценки	6	2	2	Участие в практических занятиях, Эссе
10	Современные концепции информационного общества. Журналистика Web 2.0 Web 3.0.	6	2	2	
11	Базовые ценности создателей Интернета. Основные вехи рунета: предшественники первых блогов и социальных сетей	6	2	2	Письменная работа
12	Феномен блога. Блоги и традиционные СМИ. Блогосфера.	6	4	4	Контрольная работа
Итого за семестр			14	14	Зачет
13	Влияние блогосферы на политические и социальные процессы	7	4	2	Письменная работа



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.02 Журналистика
(Журналистика)

14	Продвижение блогов	7	4	2	
15	Мультимедийный контент блога	7	4	2	Контрольная работа
16	Коммерческий и профессиональный блоггинг	7	4	2	
17	Защита собственных проектов	7	2	8	Защита проектов
Итого за семестр			18	16	Зачет
Итого по дисциплине: 6 з.е. (216 часов)			50	46	

4.2. Развернутое описание содержания учебного материала по разделам (темам)

Тема 1. Специфика сети Интернет как информационного пространства (2 часа лекций).

Интернет-журналистика — это вид общественной деятельности по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной информации через Интернет, как среду массовой коммуникации. Канал передачи оказывает огромное влияние как на передаваемое сообщение, так и на его восприятие. Если мы передадим сообщение по телевизору и передадим его же в газете — эффект будет различен, и зависеть он будет не



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.02 Журналистика
(Журналистика)

от сообщения. Поэтому необходимо рассмотреть основные особенности Интернета и их влияние на Интернет-журналистику.

Тема 2. Зависимость основных свойств Интернет-журналистики от технических особенностей Интернета (2 часа лекций).

Невещественность носителя: низкая стоимость создания информации, низкая стоимость тиражирования информации, отсутствие избыточного тиражирования, простота и низкая стоимость обработки информации (сортировка, преобразование), нефиксированность объема.

Экстерриториальность (location-independence). Децентрализация, коммуникационная модель many-to-many, свободный рынок информации, возможность для каждого быть источником информации, отсутствие монополии на распространение информации, возможность для каждого выбирать тот источник информации, который наиболее полно отвечает текущим нуждам, неограниченное число потенциальных потребителей, вместе с независимостью от местоположения это дает невозможность контроля со стороны властных структур.

Мультимедийность: совместное использование нескольких средств передачи информации (media), таких, как: звук, изображение, видео, возможность использовать в Интернете сильные стороны других масс-медиа.

Гипертекстуальность: возможность нелинейной навигации в больших объемах информации возможность связывать различные куски информации друг с другом возможность глобальной адресации к любому ресурсу.

Использование баз данных: локальность и легкость изменения информации, удобный доступ структурированной и связанной информацией вместе с автоматизацией — возможность поиска информации.

Интерактивность: обратная связь с читателями (feedback).

Временная независимость, мгновенная архивация. Работа в любом режиме, начиная с режима реального времени. Высокая оперативность, сокращение производственного цикла и ускорение циркуляции информации.

Тема 3. История развития медийного сектора Интернета в России (4 часа лекций).

СМИ и Рунет: Предыстория

Первые ресурсы паутины, которые в России были ориентированы на какой-либо круг читателей, стали создаваться на русском языке в 1994-м, преимущественно, году, есть артефакты и с 1993 года, но в 1994 году стали появляться первые на русском языке веб-сайты. И уже тогда среди первых сайтов были и "Независимая газета", и издательский дом "Коммерсант", и газета "Известия".

Чуть позднее к этим трем изданиям присоединились различные радиостанции. Также существовала "Национальная служба новостей", изначально созданная несколькими московскими редакциями. Она замышлялась как некая общая информационная база всех московских СМИ, но превратилась в новостную службу, которая свой Интернетовский сайт открыла году то ли в 1994-м, то ли в 1995-м. В традиционном понимании средства массовой информации в русском Интернете присутствовали изначально. Когда все предложение юмора на русском Интернет-рынке исчерпывалось, допустим, одним единственным сайтом, созданным пять лет и один день тому назад, - "Анекдоты из России", - то вот на этот один анекдотный сайт и, может быть, на смелые планы создать один эротический сайт (все-таки появившийся в 1996 году) приходились и "Независимая газета", и "Известия", и "Коммерсант", и "Русская мысль", и



"Радио 101", и Интернетовские подборки региональных СМИ. История: Август 1998; РБК и "Полит.Ру" История: Gazeta

Тема 4. Типология Интернет-СМИ (2 часа лекций).

Прежде чем приступать к описанию тенденций развития медийного сектора российского Интернета, характерных для различных периодов его существования (и, соответственно, предложить вариант периодизации), разумно было бы классифицировать типы ресурсов, представленных внутри сектора. Тем более, что общепринятой классификации ресурсов до сих пор не существует.

Прежде всего разумно различать

а) собственно сетевые издания (то есть такие, которые выходят только в Интернете)

и

б) сетевые версии традиционных СМИ.

Далее, сетевые СМИ могут быть подразделены по типу представленного на них контента; здесь возможны две классификации:

(1)

новостные,
комментарийные,
смешанные;

(2)

авторские,
редакционные,
смешанные.

Возможны также классификация по тематике:

монотематические (внутри этой группы деление может стать почти бесконечным ввиду обилия вариантов представленных монотематических ресурсов)

и

политематические;

и классификация по принадлежности:

принадлежащие государству,
принадлежащие медийным группам,
политическим группам,
бизнес-группам,

независимые (впрочем, на данный момент не существует сколько-нибудь значимых независимых медийных ресурсов).

Кроме того, существенно деление, которое, несмотря на используемую терминологию, относится не столько к географическому положению редакций конкретных ресурсов, сколько к аудитории, на которую данные ресурсы ориентированы в первую очередь:

общероссийские ресурсы,

региональные ресурсы (к данному типу могут быть отнесены также зарубежные русскоязычные ресурсы, ориентированные на относительно узкие диаспоры).

В ранее делавшихся попытках классификаций уделялось также внимание различным элементам интерактивности внутри ресурсов разных типов. В настоящее время элементы интерактивности не играют существенной роли для наиболее значимых медийных Интернет-ресурсов. Многие лидирующие проекты внутри этого сектора вообще не имеют интерактивных элементов.



Тема 5. Новостные сайты, порталы, авторские проекты как основные типы сетевых СМИ (4 часа лекций).

Портал – это точка входа в сеть, стартовый сайт, предлагающий смесь собственного содержания, услуг, допускающий персонализацию, и служащий путеводителем по Интернету. Сервисы должны включать почту, чаты, форумы, конструкторы персональных страниц, а содержание обязательно должно содержать каталог, новости, обзоры, игры и быть глубоко интегрированным с торговыми Интернет-системами. Новостные ленты как максимально оперативный обезличенный тип Интернет-СМИ, проблема повестки дня. Авторская журналистика в сети: блоги, авторские проекты, колумнистика.

Тема 6. Психологические особенности коммуникативного пространства сети Интернет (4 часа лекций).

Факторы, определяющие «лицо» потребителя Интернет-информации, порождены свойствами Интернета как новой культуры.

Требования к подаче информации, навязываемые Интернет-культурой, обусловлены имеющимися в Интернете техническими возможностями, с одной стороны, и психологическими запросами пользователя Интернета, с другой.

Тема 7. Интернет-СМИ как бизнес и предприятие. Маркетинговые технологии изучения аудитории в Сети (2 часа лекций).

Понятие “маркетинг”. Со стороны редакций Интернет-изданий следует выделить три направления деятельности на информационном рынке:

- привлечение (удержание) аудитории;
- привлечение (удержание) рекламодателей;
- прогнозирование и нейтрализация деятельности конкурентов.

Аудитория как потребитель продукции Интернет-изданий. Структура аудитории. Технологии количественного и качественного ее изучения.

Тема 8. Топология информационного наполнения. Дизайн Интернет-издания (2 часа лекций).

Графические элементы. Минимальный набор графических символов. Архитектура информационных ресурсов. Навигационные панели. Содержательный блок. Блоки анонсов новостей

Блоки анонсов новостей. Рекламные блоки.

Разметка HTML осуществляет: форматирование абзацев; работу с заголовками; форматирование символов; представление блоков информации; вкрапление предварительно подготовленных текстов, изображений или фрагментов звука; создание гипертекстовых ссылок; организацию интерактивных форм ввода данных.

Тема 9. Интернет как инструмент журналистского поиска: основные источники информации и критерии их оценки (2 часа лекций).

Онлайновый и офлайновый режим поиска. Сетевые технологии обработки информации. Современная телекоммуникационная среда дает одинаковые шансы на получение информации как сотрудникам мировых информационных агентств, так и тем, кто пишет в региональных СМИ. Информация стала равнодоступной.

Сбор и передача информации перестали быть монополией профессиональных журналистов. Каждый человек, вооруженный мобильным телефоном со встроенной камерой, может оказаться обладателем уникального информационного материала и передать его неограниченной аудитории через Интернет.



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.02 Журналистика
(Журналистика)

Представление о возможностях использования всей коммуникационной среды – одно из важнейших в деятельности журналиста. Онлайн и офлайн разделены условно.

Информация не всегда доступна в готовом виде. Но для подготовки сенсационного материала часто достаточно восстановить связи между общеизвестными фактами.

Поиск информации никогда не формализуется настолько, чтобы его можно было осуществлять единожды выбранными способами; поиск информации всегда есть и поиск путей поиска информации.

Тема 10: Современные концепции информационного общества. Журналистика Web 2.0 Web 3.0 (2 часа).

Общая характеристика взглядов М. Кастельса, М. Маклюэна, Д. Белла, Э. Тоффлера, Дж. Гелбрейта, У. Мартина, Й. Масуда, М. Постера, Д. Тапскотта, Ф. Уэбстера и др. Специфические особенности информационного общества (характер общения и языковые особенности). Зарождение журналистики Web 2.0 (Статья Tim O'Reilly — What Is Web 2.0). Концепция Web 3.0. Отношение профессиональных журналистов к «любительскому» информационному контенту (национальные особенности). Актуальные замеры и характеристики интернет-аудитории.

Тема 11: Базовые ценности создателей Интернета. Основные вехи рунета: предшественники первых блогов и социальных сетей. (2 часа).

Истоки Интернета и его фундаментальные особенности (военные – надежность и непрерывность, университеты – общение, пираты – свобода информации). Гонзо-журналистика (Хантер. С. Томпсон). Пионеры русского Интернета (А. Лебедев, А. Носик, И. Паровозов и др.). Первые социальные проекты рунета. Живой журнал. Чаты, форумы и гостевые книги.

Тема 12: Феномен блога. Блоги и традиционные СМИ. Блогосфера (4 часа).

Понятие блогосферы. Принципы и преимущества распространения информации в Сети. Стимулирование «гражданской журналистики» профессиональными СМИ (напр. проект «Мобильный репортер»). Использование «любительского» контента в традиционных СМИ. История и аудитория основных социальных сетей. Блоги журналистов. Ответственность «профессиональных» журналистов за высказывания в «личных» блогах – казус С. Хохлова (ТК «Барс»).

Тема 13: Влияние блогосферы на политические и социальные процессы (4 часа).

Блоги как возможность «выпустить пар» в ситуации социально-политического кризиса. Блоги как катализатор радикальных процессов (движения «Оккупай Обай», «Оккупай Уол Стрит» и др. хэштэги последних лет). Популярные блогеры – лидеры общественного мнения. Государственный и пользовательский мониторинг блогов. Блоги как источник и транслятор гражданских инициатив

Тема 14: Продвижение блогов (4 часа)

Стратегии продвижения блогов.

Тема 15: Мультимедийный контент блога (4 часа).

Способы визуализации информации (инфографика, венский метод). Средства визуальной навигации (облако тегов). Мультимедийная фотография. Обработка видео и звука для Сети. Использование файлохранилищ и хостингов: технологические и правовые аспекты.

Тема 16. Коммерческий и профессиональный блогинг (4 часа).

Блоги профессиональных СМИ. Монетизация любительских блогов. Реклама в блогах: эффективность, взаимодействие с рекламодателями, правовые особенности,



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.02 Журналистика
(Журналистика)

способы оплаты. Аудитория разных социальных сетей (причины «диверсификации»). Коммерческая и политическая ангажированность блогеров (публикация переписки К. Потупчик и О. Писпобен о связях с популярными интернет-авторами). Интернет-троллинг как профессия: задачи, методы, результативность.

5. Образовательные технологии

Рекомендуемые **образовательные технологии**: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов, творческая работа студентов.

При проведении занятий используются активные и интерактивные формы обучения: дискуссии, разбор конкретных ситуаций, филологический эксперимент, коммуникативный тренинг – в сочетании с внеаудиторной работой.

В рамках учебного курса предусматриваются встречи с представителями российских СМИ, мастер-классы экспертов и специалистов в области массовой коммуникации.

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине: технологии смешанного обучения.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Следует подчеркнуть, что в связи с небольшим количеством часов аудиторных занятий, установленным для изучения программы дисциплины, решающее значение для достижения целей и задач курса приобретает самостоятельная работа студента. Успешное изучение данной дисциплины в значительной степени зависит от знаний, умений и навыков, приобретенных студентом ранее в курсах. В случае недостаточной подготовки по указанным предметам следует первоначально повторить (изучить) соответствующий материал.

Приступая к изучению курса, следует внимательно ознакомиться с представленным методическим материалом, в том числе с тематическим планом занятий, планом семинарских занятий, а также списком рекомендованной литературы.

При изучении материала (в том числе и для подготовки к зачету) следует четко сформулировать следующие основные аспекты пути освоения материала:

1. посещать лекции и активно работать на семинарских занятиях;
2. записи лекций корректировать с помощью указанных учебников, справочников и т.п.
3. желательно ведение личного словаря теоретико-литературных терминов для обогащения речи и повышения общей и профессиональной культуры.

7. Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

Оценочные средства составляются преподавателем самостоятельно при ежегодном обновлении банка контрольно-измерительных средств.

Степень освоения студентами учебной дисциплины в ходе ее изучения определяется в процессе текущего и промежуточного контроля работы студента.



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.02 Журналистика
(Журналистика)

Промежуточный контроль по дисциплине проводится в период сессии в форме зачета. Текущий контроль осуществляется в течение всего периода изучения дисциплины. Он направлен на обеспечение систематической и ритмичной работы студента.

Оценка «зачтено» по дисциплине выставляется студенту, если он выполнил все задания, освоил основные понятия курса. *Оценка «не зачтено»* выставляется студенту, не отчитавшемуся за пропущенные занятия, не выполнившему учебные задания, не освоившему программу курса.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Калмыков А. А.. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ [Электронный ресурс] / Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2016. -97с. - 978-5-4475-6072-0. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=428741.

б) дополнительная литература:

1. Алашкин П.. Все о рекламе и продвижении в Интернете [Электронный ресурс] / Москва: Альпина Бизнес Букс, 2016. -220с. - 978-5-9614-1055-6. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=229721

2. Массмедиа в условиях глобализации : информационно-коммуникационная безопасность: монография [Электронный ресурс] / Москва: Проспект, 2015. -163с. - 978-5-392-17443-0. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=468318

3. Никитина Н. Д.. Средства массовой информации как создатели особой виртуально-символической реальности [Электронный ресурс] / Москва: Лаборатория книги, 2012. -112с. - 978-5-504-00621-5. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=142853

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:
Система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет»
<https://uni.ivanovo.ac.ru>

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru

Электронная библиотека ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru>

Электронный каталог НБ ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/ek>

Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows, пакет офисных программ Microsoft Office и(или) LibreOffice, интернет-браузер Microsoft Edge и(или) Yandex Browser.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории:

- для проведения занятий лекционного типа с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории;

- для проведения занятий семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения;

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.02 Журналистика
(Журналистика)

подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС.

Демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия для занятий лекционного типа, обеспечивающие тематические иллюстрации (модели, макеты, демонстрационные устройства и др.); электронные пособия (презентации, электронные словари и т.п.).



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.02 Журналистика
(Журналистика)

Авторы рабочей программы дисциплины: кандидат филологических наук Н.А. Голубев, кандидат филологических наук Е.А. Воробьева

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью

« 31 » августа 2021 г., протокол № 1