



Е. С. Зубаркина, И. Б. Игнатова

ОСНОВЫ ЖУРНАЛИСТИКИ



Москва
2018

**Ирина Борисовна Игнатова
Елена Станиславовна Зубаркина
Основы журналистики.
Практикум**

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=36353576

Основы журналистики: практикум / Е. С. Зубаркина, И. Б. Игнатова:

МПГУ; Москва; 2018

ISBN 978-5-4263-0615-8

Аннотация

Использование материалов данного практикума позволяет усвоить основные темы и понятия теории и истории журналистики с использованием тестовых заданий. Предлагаемые практические задания и упражнения способствуют усвоению пройденного при изучении дисциплины «Основы журналистики».

Практикум предназначен для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика», а также преподавателей и аспирантов.

Содержание

Введение	6
Глава I	11
Задания для самостоятельной работы студента	13
Литература для самостоятельного изучения	21
Глава II	24
Задания для самостоятельной работы студента	26
Литература для самостоятельного изучения	40
Основная литература:	
Глава III	42
Задания для самостоятельной работы студента	43
Литература для самостоятельного изучения	50
Контрольные вопросы для самостоятельной работы	52
Глоссарий	55

Елена Зубаркина, Ирина Игнатова

Основы журналистики. Практикум

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Московский педагогический государственный университет»



Рецензенты:

Славина В. А., профессор, доктор филологических наук,
зав. кафедрой журналистики и медиакоммуникаций МПГУ

Быков Д. В., доцент, кандидат филологических наук, до-

цент кафедры журналистики Московского государственного
института культуры

Введение

Основная цель изучения дисциплины «Основы журналистики» – формирование у студентов понимания общих закономерностей и принципов функционирования системы средств массовой информации, места и роли журналистской профессии в актуальных социокультурных процессах. Знания, приобретённые в ходе освоения курса основ журналистики, определяют успешность усвоения последующих дисциплин в рамках профессии. В связи с этим необходимо понимать, что теоретические знания механизмов функционирования журналистской деятельности невозможны без базовых знаний истории журналистики, ее основных этапов развития, а также современных процессов и механизмов работы СМИ. Этим и обусловлена структура пособия, состоящего из трех самостоятельных глав, связанных общей концепцией преподавания дисциплины.

Достижение заявленной цели предполагает решение следующих задач:

- рассмотреть закономерности существования журналистики на различных этапах ее развития;
- заложить основы информационной культуры будущего журналиста;
- сформировать у студента представление о профессии;
- ознакомить студентов с основными принципами журна-

листской деятельности.

«Основы журналистики» – курс, в котором представлены основные понятия теории журналистики, он включает в себя три основных блока: в первом изучаются основные этапы истории отечественной и зарубежной журналистики, второй блок содержит базовый набор теоретических понятий и категорий курса и, наконец, третий блок посвящен интернет-журналистике и маркетингу.

Все материалы курса изучаются в формате лекционных и семинарских занятий, а для закрепления пройденного материала предлагается набор практических заданий, представленный в данном учебном издании.

В структуру курса включен набор тестовых заданий, разделенный на блоки, соответствующие этапам освоения теоретических знаний о журналистской деятельности. Основная цель практикума: закрепить сформированные у студентов профессиональные компетенции в ходе изучения курса, необходимые журналисту на разных этапах творческой деятельности.

Выполнение предложенных практических заданий призвано закрепить у студента знания о журналистском процессе на всех этапах его развития, что крайне важно для активизации его профессионального самоопределения.

Студенты, успешно завершившие изучение дисциплины «Основы журналистики», должны:

– понимать специфику журналистской деятельности как

социального института, а также условия и особенности ее взаимодействия с другими социальными институтами;

- обладать теоретическими знаниями о законах функционирования журналистики, ее функциях, правах и обязанностях журналиста, его социальной позиции, об условиях свободной деятельности СМИ и журналиста, их взаимодействии с аудиторией;

- ориентироваться в современном медиaprостранстве;

- обладать навыками анализа любого средства массовой информации с позиций его системного характера, функциональности, проблематики и информационного своеобразия.

Для проверки знаний об основных понятиях и темах теории и истории журналистики предлагается использование исследовательского метода. В данном случае он реализуется при помощи решения тестов закрытого типа: с возможностью выбора ответа.

При подготовке к практическим занятиям мы рекомендуем предметное знакомство с темами, составляющими основу тестовых заданий. Темы изучаются в ходе лекционных занятий по курсу, а также при самостоятельной подготовке к практическим занятиям и изучении предложенной литературы. Список рекомендуемой литературы помогает определить диапазон знаний, которые необходимы студенту при овладении определенным разделом курса.

Выполнение заданий практикума предполагает широкий спектр самостоятельного изучения материала.

Готовясь к практическому занятию, студенты должны:

- познакомиться с рекомендованной литературой;
- рассмотреть различные точки зрения по вопросу;
- выделить проблемные области;
- сформулировать собственную точку зрения;
- предусмотреть спорные моменты и сформулировать дискуссионный вопрос.

Также при подготовке к практическому занятию студент должен совершенствовать следующие практические навыки:

- поиск информации и ее обработка в соответствии с принципами работы и социальной позицией журналиста;
- знакомство с практикой современных средств массовой информации (печатные СМИ, телевизионный и радиоконтент, интернет-издания).

В целом набор тестовых заданий включает все базовые элементы курса «Основы журналистики». В связи с этим успешное освоение практикума является базой для последующего усвоения необходимого материала и помогает студенту лучше ориентироваться в информационных потоках. Решение тестовых заданий является обязательной формой отчетности по курсу «Основы журналистики» и включается в систему общего зачета по совокупности выполненных работ.

Также выполнение практических заданий нацелено на совершенствование личности студента как будущего журналиста и активизацию его профессионального самоопределения через формирование и развитие профессиональных и лич-

НОСТНЫХ КОМПЕТЕНЦИИ.

Глава I

История российской и зарубежной журналистики

Теорию журналистики необходимо изучать в тесной связи с ее основными историческими вехами развития. Благодаря этому у студентов формируется представление об особенностях становления и функционирования отечественной и зарубежной журналистики, ее правовой, культурологической, социальной, экономической и творческих особенностях развития.

Поэтому данная глава направлена на закрепление знаний об исторических этапах развития отечественной и зарубежной журналистики, полученных в ходе освоения курса «Основы журналистики».

В нее входит изучение следующих тем:

1. Исторические вехи развития отечественной и зарубежной журналистики XIX века.
2. Основные тенденции развития СМИ в России и за рубежом в XX веке.
3. Система современного российского и зарубежного медиапространства.
4. Закон «О средствах массовой информации», структурные и идеологические особенности его проявления в дея-

тельности СМИ.

В итоге освоения дисциплины и выполнения предложенных тестовых заданий студент усвоит основные этапы и процессы развития отечественной и зарубежной журналистики, научится понимать значение их исторического и современного опыта для практики российских СМИ; также у студента сформируется понимание социальной роли и общественной миссии журналистики и журналиста в обществе, функций и принципов СМИ в контексте социальных потребностей, исторического и современного опыта отечественных и зарубежных СМИ.

Основные понятия и категории: *жанровая система современных СМИ, репортаж, публицистика, фельетон, очерк, информационное агентство, телепрограмма, радиопередача.*

Задания для самостоятельной работы студента

1. «Королем репортажа» называют:

- а) В. Дорошевича
- б) В. Гиляровского
- в) М. Кольцова
- г) А. Чехова

2. Кто из писателей-публицистов добился оправдания осужденных по Мултанскому делу?

- а) А. Чехов
- б) В. Дорошевич
- в) В. Гиляровский
- г) В. Короленко

3. Кто является автором фельетона «Господа Обмановы»?

- а) В. Дорошевич
- б) М. Амфитеатров
- в) А. Чехов
- г) М. Кольцов

4. Первая печатная газета в России называлась:

- а) «НОВЬ»

- б) «Нива»
- в) «Ведомости»
- г) «Новостной бюллетень»

5. Первым журналом для женщин в России был:

- а) «Колхозница»
- б) «Работница»
- в) «Женский вестник»
- г) «Дамский листок»

6. В каком году был принят Закон «О СМИ»?

- а) в 1991 г.
- б) в 2000 г.
- в) в 1995 г.
- г) в 1989 г.

7. Кто в 1906 году в США впервые назвал журналистов «макрейкерами» – «разгребателями грязи»?

- а) А. Линкольн
- б) У. Черчилль
- в) Т. Рузвельт
- г) Д. Кеннеди

8. Откуда произошло слово «газета»?

- а) словом «газета» называлась мелкая венецианская монета в XVI веке (на итал. gazetta)

б) словом «газета» назывались первые лотки в Древнем Риме, где продавали новостные листки

в) словом «газета» назывались первые книги, которые появились после изобретения И. Гутенбергом печатного станка

г) слово «газета» произошло от итальянского «ла газет» – в переводе «сенсация». Его ввели глашатаи Рима, которые выходили на площадь Колизея и объявляли о важных событиях

9. И. Гутенберг изобрел книгопечатный станок в:

- а) в XV веке
- б) в XVI веке
- в) в XIV веке
- г) в XVII веке

10. Холдинг «Совершенно секретно» был основан:

- а) Артемом Боровиком
- б) Вероникой Боровик-Хильчевской
- в) Генрихом Боровиком
- г) Юлианом Семеновым

11. Какую из телепрограмм никогда не вел В. Листьев?

- а) «Тема»
- б) «Поле Чудес»
- в) «Час Пик»

г) «Времечко»

12. Продолжите высказывание М. Твена: «Существует всего два источника, которые способны проникать во все участки земного шара, – ...»:

а) солнце и «Ассошиэйтед Пресс» (Associated Press)

б) Бог и журналист

в) «Вашингтон Пост» (Washington Post) и «Нью-Йорк Таймс» (New York Times)

г) ирония журналиста Марк Твена и сарказм писателя Марк Твена

13. Как называется книга очерков Власа Дорошевича о Сахалине?

а) «Остров Сахалин»

б) «Каторга»

в) «Как я попал на Сахалин»

г) «Остров ужасов»

14. Как сегодня называется агентство, которое основал в 1835 году Шарль Луи Гавас?

а) «Рейтер» (Reuters)

б) «Ассошиэйтед Пресс» (Associated Press)

в) АФП (AFP)

г) ЭФЭ (EFE)

15. Какой из этих фактов не соответствует биографии Ларри Кинга?

- а) образ Ларри Кинга заимствовал российский тележурналист Владислав Листьев для своей программы «Час Пик»
- б) шоу Ларри Кинга занесено в книгу рекордов Гиннеса как самое длительное шоу на телевидении с бессменным ведущим
- в) в 1971 Ларри Кинг был арестован за воровство
- г) Ларри Кинг был одним из акционеров «Первого канала»

16. Как называлась популярная информационная программа, которая вышла в эфир Ленинградского ТВ в 1987 году?

- а) «600 секунд»
- б) «Времечко»
- в) «Серебряный шар»
- г) «Взгляд»

17. Кто из ученых ввел в научный оборот понятие прямой и обратной связи?

- а) Н. Виннер
- б) С. Хоккинг
- в) Б. Розинг
- г) В. Зворыкин

18. Чем завершился Уотергейтский скандал?

- а) отставкой президента Т. Рузвельта
- б) отставкой президента А. Линкольна
- в) отставкой президента Б. Клинтона
- г) отставкой президента Р. Никсона

19. Первым ведущим программы «Что? Где? Когда?» был:

- а) Николай Озеров
- б) Александр Масляков
- в) Константин Эрнст
- г) Владимир Ворошилов

20. Радиостанция «Маяк» была основана в:

- а) в 1941 г.
- б) в 1945 г.
- в) в 1961 г.
- г) в 1964 г.

21. Какой документ был одобрен Конгрессом журналистов России 23 июня 1994 года в Москве?

- а) Кодекс профессиональной этики российского журналиста
- б) Закон «О СМИ»
- в) Закон «О рекламе»
- г) Кодекс о независимости судебного репортера

22. Организатором и первым председателем Союза журналистов России стал:

- а) А. Луначарский
- б) М. Осоргин
- в) С. Есенин
- г) Н. Крупская

23. Назовите создателя телепрограммы «Время»:

- а) К. Эрнст
- б) Ю. Летунов
- в) В. Листьев
- г) С. Лапин

24. В «Самарской газете» М. Горький использовал псевдоним:

- а) Дон-Кихот
- б) Раскольников
- в) Робин Гуд
- г) Гомо Сапиенс

25. Что общего у агентств Франс Пресс (AFP), Ассошиэтед Пресс (AP) и «Рейтер» (Reuters)?

- а) они были созданы в XIX веке
- б) у них один владелец
- в) все агентства имеют штаб-квартиры в Нью-Йорке

г) все агентства получают основной доход от продажи видеоконтента

26. Закон «О рекламе» РФ был принят в:

а) в 1991 году

б) в 1993 году

в) в 1995 году

г) в 1998 году

Литература для самостоятельного изучения

Основная литература

1. Белая О. М. Из истории отечественной радиожурналистики. Москва: Лаборатория книги, 2012.
2. Есин Б. И. История русской журналистики (1703–1917): (учебное пособие, хрестоматия, темы курсовых работ): учебно-методический комплекс. М.: Флинта, 2012.
3. Кузнецов И. В. История отечественной журналистики (1917–2000): учебный комплект: учебное пособие; хрестоматия. М.: Флинта, 2012.
4. История зарубежной журналистики: учебник для бакалавров: / А. Ю. Быков и др. Москва: Юрайт, 2014.
5. Стровский Д. Л. Отечественная журналистика новейшего периода: учебное пособие. М.: Юнити-Дана, 2012.
6. Трыков В. И. История зарубежной журналистики XIX века: учебное пособие. М.: Издательство Юрайт, 2017.
7. Цвик В. Л. Телевизионная журналистика: учебное пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юнити-Дана, 2012.

Дополнительная литература

1. Бернштейн У. Массмедиа с древнейших времен и до наших дней. М.: АСТ, 2017.
2. Додолев Е. Ю. Взгляд. Мушкетеры перестройки. 30 лет спустя. М.: АСТ, 2017.
3. Дзялошинский И. М. Современное медиапространство России: Учебное пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2017.

Глава I. Ключи

1.	б
2.	г
3.	б
4.	в
5.	в
6.	а
7.	в
8.	а
9.	а
10.	г
11.	г
12.	а
13.	б
14.	в
15.	г
16.	а
17.	а
18.	г
19.	б
20.	г
21.	а
22.	б
23.	б
24.	а
25.	а
26.	в

Глава II

Основы теории журналистики

Данная глава посвящена теоретическим основам журналистской деятельности. В рамках главы определяется проблемное поле журналистики и ключевые понятия курса «Основы журналистики». Глава направлена на закрепление знаний, полученных студентами в ходе изучения дисциплины.

Благодаря выполнению предложенных практических заданий у студентов формируется понимание общих закономерностей и принципов функционирования системы средств массовой информации, Глава содержит следующие темы для изучения:

1. Понятие массовой информации
2. Функции средств массовой информации
3. Социальная позиция журналиста
4. Свобода печати и журналистской деятельности
5. Журналистика как социальный институт
6. Журналистика в информационном пространстве
7. Журналистика как область творческой деятельности

Основные термины и понятия: *жанры журналистики, права и обязанности журналиста, деятельность журналиста, декодируемость текста, функции журналистики, прагма-*

тика, инфотеймент, конвергентная журналистика.

Задания для самостоятельной работы студента

1. В какой статье Закона «О СМИ» отражены обязанности журналиста:

- а) в ст. 41
- б) в ст. 49
- в) в ст.40
- г) в ст. 47

2. Согласно Закону «О СМИ» не требуется регистрация (выберете ошибочное утверждение):

а) СМИ, учреждаемых органами государственной власти и органами местного самоуправления исключительно для издания их официальных сообщений и материалов, нормативных и иных актов; периодических печатных изданий тиражом менее одной тысячи экземпляров

б) радио- и телепрограмм, распространяемых по кабельным сетям, ограниченным помещением и территорией одного государственного учреждения, одной образовательной организации или одного промышленного предприятия, либо имеющих не более десяти абонентов

в) аудио- и видеопрограмм, распространяемых в записи тиражом не более десяти экземпляров

г) изданий, финансируемых за счет госбюджета РФ

3. Альманах – это издание СМИ, выходящее:

- а) один раз в квартал (год)
- б) еженедельно
- в) один раз в месяц
- г) дважды в месяц

4. К информационным жанрам журналистики относятся:

- а) рецензия
- б) очерк
- в) фельетон
- г) отчет

5. Как называется статья 4 Закона «О СМИ»:

- а) Права журналиста
- б) Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации
- в) Недопустимость цензуры
- г) Устав редакции

6. Трансляция в прямом эфире или в записи спортивного соревнования может прерываться рекламой:

- а) в перерывах в ходе спортивных соревнований или во время их остановок
- б) в любой период соревнований, если в них не участвуют

команды от РФ

в) только перед началом соревнований

г) только после объявления итогов соревнований – то есть, в финале

7. Основу журналистской деятельности составляет деятельность по:

а) упрощению и примитивизации информации для широких масс

б) сбору, обработке, передаче информации

в) организации предвыборной кампании

г) продаже «аудитории» рекламодателям

8. Декодируемость журналистского текста – это:

а) доступность сообщения, возможность понимания его аудиторией в соответствии с замыслом журналиста

б) зашифровка главного посыла текста с целью обойти цензурные ограничения

в) адаптация сообщения исключительно для потребителя деловой информации

г) расшифровка аббревиатур и иностранных слов в журналистском тексте

9. Какая из функций не относится к функциям журналистики:

а) коммуникативная

- б) партийная
- в) информационная
- г) идеологическая

10. Что не относится к понятию «условия информативности журналистского произведения»?

- а) интерактивность
- б) релевантность
- в) декодируемость
- г) небанальность

11. К историческим типам журналистики не относятся:

- а) феодально-монархические СМИ
- б) буржуазные СМИ
- в) патриотические СМИ
- г) социалистические СМИ

12. Прагматика журналистского текста – это:

- а) особенности его отношений с действительностью
- б) особенности его отношений с аудиторией
- в) особенности его отношений с рекламодателями
- г) характеристика его внутренней структуры

13. Что понимают под телевизионным «синхронном»?

- а) короткий фрагмент интервью с человеком в кадре
- б) фрагмент записи телефонного разговора в видеосюжете
- в) фрагмент кинохроники в видеосюжете
- г) синхронный закадровый перевод

14. Как называется самое распространенное сообщение для прессы?

- а) корреспонденция
- б) пресс-атташе
- в) пресс-релиз
- г) пресс-анализ

15. Кто такой стрингер?

а) это журналист-фрилансер или внештатный репортер, который сотрудничает с одним или несколькими информационными и новостными агентствами (и другими СМИ) в индивидуальном порядке

б) это видеооператор, который снимает на непрофессиональную камеру

в) это журналист, который ведет расследовательскую деятельность

г) это сотрудник телеканала, который отвечает за титры спикеров в видеосюжетах

16. Какая из этих газет не является изданием США?

- а) «Уолл-стрит джорнэл» (The Wall Street Journal)

- б) «Вашингтон Пост» (The Washington Post)
- в) «Дэйли Хроникл» (The Daily Chronicle)
- г) Дейли Миррор (The Daily Mirror)

17. Как называется комбинация слов или цифр, появляющаяся первой строчкой любого сообщения, помещенного на ленту информагентства?

- а) стайлгайд
- б) слаглайн
- в) бэкграунд
- г) дейтлайн

18. Бэкграунд в новостном сообщении информагентства предназначен для:

- а) сообщения исторической или статистической информации, которая позволит читателю оценить произошедшее, сравнив его с другими событиями
- б) сообщения читателю даты и места действия
- в) быстрого понимания сути новости, так как представляет собой комбинацию ключевых слов
- г) предоставления читателю информации об авторе заметки

19. Процесс медиаконвергенции направлен на:

- а) слияние различных каналов СМИ на интернет-площадках

- б) обзор прессы на радио и телевидении
- в) активность блогеров в СМИ
- г) возможность писать заметки в соцсетях

20. К произведениям обличительного жанра относятся

- а) очерк
- б) статья
- в) рецензия
- г) памфлет

21. Газетную страницу в печатном издании принято называть:

- а) полосой
- б) разделом
- в) полотном
- г) колонкой

22. О чем рассказывает журнал «НОЖ»?

- а) о политике и истории
- б) об экономике
- в) о культуре и обществе
- г) о дизайне и архитектуре

23. Какое СМИ не входит в холдинг ВГТРК?

- а) радиостанция «Вести FM»

- б) телеканал «Россия»
- в) телеканал «Культура»
- г) радиостанция «Москва FM»

24. Какой из перечисленных каналов не рассчитан на детскую аудиторию?

- а) Disney Channel
- б) Nickelodeon
- в) Cartoon Network
- г) Bloomberg TV

25. Как называется одна из систем программно-го обеспечения для автоматизации вещания и управления процессом поиска, сбора и хранения видео- и аудиоматериала?

- а) Adobe Premier
- б) Google TV
- в) Dalet
- г) Sony Vegas Pro

26. Что на ТВ и радио называют «микрофонной папкой»?

- а) папку, содержащую технические и творческие данные передачи, подготовленной к эфиру
- б) папку с контактами ведущих
- в) папку, в которой содержатся технические характери-

стики микрофонного оборудования

г) небольшую коробку, в которую после каждого эфира ведущий складывает микрофон и наушник

27. Стедикам – это:

а) носимая система стабилизации съёмочной камеры для кино- или видеосъёмки в движении

б) альтернативное название монопода

в) пульт для дистанционной работы камеры

г) камера с возможностью видео- и фотосъёмки

28. Согласно Закону «О СМИ» учредителем не может быть (выбрать утверждение, которое не соответствует действительности):

а) гражданин, отбывающий наказание в местах лишения свободы, либо имеющий судимость за совершение преступлений с использованием средств массовой информации или информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети «Интернет»

б) объединение граждан, предприятие, учреждение, организация, деятельность которых запрещена по закону

в) гражданин другого государства или лицо без гражданства, не проживающие постоянно в Российской Федерации

г) гражданин или объединение граждан, у которых есть финансовые задолженности перед государственными или коммерческими организациями

29. Распространение выпусков специализированных радио- и телепрограмм эротического характера без кодирования сигнала допускается только:

- а) с 23 часов до 4 часов по местному времени, если иное не установлено местной администрацией
- б) с 21 часа до 3 часов
- в) с 00 часов до 5 часов
- г) с 23 часов до 2 часов

30. Розничная продажа продукции средств массовой информации, специализирующихся на сообщениях и материалах эротического характера, допускается:

- а) только в затемненных упаковках в любых точках продаж
- б) только в запечатанных прозрачных упаковках и в специально предназначенных для этого помещениях, расположение которых определяется местной администрацией
- в) только в стационарных книжных магазинах
- г) только в картонных/бумажных упаковках с предупреждением об опасности контента для несовершеннолетних

31. Как называется программа (принятая в 2002 году), направленная на разоблачение коррупции власти, а также борьбу с корпоративностью и коррумпи-

ванностью прессы?

- а) «Чистые перья»
- б) «Репортеры без вины»
- в) «Журналисты, net»
- г) «Вместе медиа»

32. Назовите организацию, которая борется против цензуры и за освобождение журналистов, находящихся в заключении из-за своей профессиональной деятельности:

- а) «Белый ветер»
- б) «Репортеры без границ»
- в) «Легкие крылья»
- г) «Свободная пресса»

33. Как называется способ подачи серьезной информации в легкой, развлекательной форме:

- а) Интертеймент
- б) Ток-шоу
- в) Инфотеймент
- г) Клипшоу

34. Что называется «толстым журналом»?

- а) журналы, в которых большую часть занимают иллюстрации
- б) глянцевого журналы объемом более 60 стр.

в) журналы, которые начинал выпускать Л.Н. Толстой

г) это литературные журналы, в которых перед выходом в свет публикуются произведения

35. Слоган газеты «Московский комсомолец»:

а) Через тернии – к правде!

б) Актуальность и достоверность – не лозунг, а принцип существования!

в) Правда любой ценой!

г) Сенсация ежедневно!

36. Спецвыпуски какой газеты называют «толстушкой»:

а) АиФ

б) «Комсомольская правда»

в) «Московский комсомолец»

г) «Коммерсант»

37. Что послужило поводом для исключения канала «Дождь» из списка каналов большинства спутниковых и кабельных операторов?

а) опрос в эфире о блокаде Ленинграда

б) оправдательные комментарии в адрес участниц Pussy Riot

в) призыв выйти на митинг в поддержку А. Навального в апреле 2014 года

г) скандальный сюжет о продаже наркотиков в Саратове
(от 07.2014)

38. Какую государственную должность занимал создатель агентства «Блумберг»?

- а) мэра г. Нью-Йорка
- б) губернатора штата Оклахома
- в) президента США
- г) губернатора штата Калифорния

39. Назовите радиостанцию, в сетку которой интегрированы исключительно музыкальные элементы:

- а) Relax FM
- б) «Орфей»
- в) Радио JAZZ
- г) Радио «Вера»

40. Назовите радиостанцию, формат которой полностью исключает музыкальные композиции:

- а) «Орфей»
- б) Радио КНИГА
- в) Business FM
- г) «Детское радио»

41. Кто возглавляет агентство МИА «Россия сегодня»?

- а) Д. Киселёв
- б) М. Симоньян
- в) О. Добродеев
- г) С. Миронюк

42. Что такое шпигель?

- а) анонс событий в начале новостного выпуска
- б) справка в новостном тексте информационного агентства о человеке, компании, о которых идет речь
- в) музыкальное сопровождение голоса ведущего
- г) музыкальная заставка к новостному блоку

Литература для самостоятельного изучения

Основная литература:

1. Ким М. Н. Основы теории журналистики. Учебное пособие. СПб.: Питер, 2013
2. Ким М. Н. Теория и практика массовой информации. Учебник для вузов. СПб.: Питер, 2017.
3. Коханова Л. А., Калмыков А. А. Основы теории журналистики: Учебное пособие для студентов вузов. М.: Юнити-Дана, 2015.
4. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: Учебник для студентов вузов. 8-е изд., испр. М. Аспект Пресс, 2012.
5. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 25.11.2017) "О средствах массовой информации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2018). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ (дата обращения 11.05.2018)

Дополнительная литература

1. Качественная пресса в медийных структурах / под ред. Я. Н. Засурского, М.: Факультет журналистики МГУ, 2015.
2. Кирия И. В., Новикова А. А. История и теория медиа: учебник для вузов. М.: Изд. дом Высшей школы экономики,

2017.

3. Прозоров В. В. Власть и свобода журналистики: учебное пособие. 3-е изд., перераб. М.: Флинта, 2017.

Глава II. Ключи

1.	б	22.	в
2.	г	23.	г
3.	а	24.	г
4.	г	25.	в
5.	б	26.	а
6.	а	27.	а
7.	б	28.	г
8.	а	29.	а
9.	б	30.	б
10.	а	31.	а
11.	в	32.	б
12.	б	33.	в
13.	а	34.	г
14.	в	35.	б
15.	а	36.	б
16.	г (это британское издание)	37.	а
17.	а	38.	а
18.	а	39.	а
19.	а	40.	в
20.	г	41.	а
21.	а	42.	а

Глава III

Интернет журналистика.

Маркетинг

Данный раздел посвящен эпохе новых медиа в развитии журналистики и охватывает все аспекты функционирования СМИ в новых – высокотехнологических – условиях развития общества. В итоге выполнения предложенных практических заданий студенты научатся ориентироваться в структуре современных электронных СМИ, приобретут практические навыки подготовки материалов для сетевых СМИ.

Глава содержит следующие темы:

1. Интернет-СМИ как новый сегмент медиасистемы
2. Отличительные черты текстов для интернет-СМИ
3. Аудитория интернет-СМИ
4. Социальные сети: основные характеристики
5. Интернет-маркетинг как часть маркетинга.
6. Базовые основы маркетинга в социальных медиа

Основные термины и понятия: *новые медиа, интернет-журналистика, мультимедийный лонгрид, геотаргетинг, социальная сеть, интернет-маркетинг, SMM.*

Задания для самостоятельной работы студента

1. Что такое мультимедийный лонгрид?

- а) видеоролики с сюжетом на Ютьюб (YouTube)
- б) формат статьи в онлайн-СМИ
- в) фотоальбом в соцсетях
- г) распространенный в интернете телесюжет

2. Какое из этих СМИ организовали уволенные сотрудники Ленты. ру во главе с Галиной Тимченко?

- а) the-village.ru
- б) meduza.io
- в) utro.ru
- г) rusrep.ru

3. Какая газета первой запустила свою интернет-версию?

- а) «Парламентская газета»
- б) «Московский Комсомолец»
- в) «Российская газета»
- г) «Учительская газета»

4. Что такое геотаргетинг?

- а) выдача контента с учетом географического местополо-

жения посетителей

б) ответы на запросы пользователя, связанные с географией

в) обход поисковым роботом страниц, созданных в заданном регионе

г) выдача посетителю контента с ближайшего «зеркала» поисковой системы

5. Сколько «уников» в течение суток должны заходить на ваш блог, чтобы его нужно было регистрировать в Роскомнадзоре как СМИ?

а) более 1000

б) более 3000

в) более 30000

г) более 100000

6. У какого онлайн-СМИ нет офлайн-версии?

а) msrep.ru

б) kommersant.ru

в) lenta.ru

г) aif.ru

7. Подбором иллюстраций в печатных и интернет-СМИ занимается:

а) бильдредактор

б) райтер

- в) верстальщик
- г) корреспондент

8. В каком году был основан Facebook?

- а) в 1998 году
- б) в 2004 году
- в) в 2010 году
- г) в 2006 году

9. Какими изначально были фотографии, которые позволял делать Instagram?

- а) квадратными
- б) ландшафтной ориентации
- в) прямоугольными
- г) портретной ориентации

10. Что является реальным фактом о социальной сети «Одноклассники»?

- а) в 2010 году она была самой популярной соцсетью России
- б) в «Одноклассниках» в отличие от большинства соцсетей нельзя обмениваться мгновенными сообщениями
- в) регистрация в неё была платной
- г) ее разработчиком был Илон Маек

11. Чем отличается российская социальная сеть

«МирТесен» от большинства других соцсетей?

- а) она включает в себя конструктор сайтов
- б) она нацелена исключительно на домохозяек
- в) на неё можно попасть только с мобильного устройства
- г) она предназначена только для трейдеров фондового рынка

12. Что общего у российских социальных сетей «Одноклассники» и «ВКонтакте»?

- а) у них практически одинаковая посещаемость
- б) они были основаны в одном и том же году
- в) они работают с одного кластера серверов
- г) у них один и тот же владелец

13. Какой из социальных ресурсов является тематическим?

- а) Мамба
- б) Myspace
- в) Pinterest
- г) instagram.com

14. Какую тематику имеет социальная сеть Livemocha?

- а) кулинария
- б) иностранные языки и международное общение
- в) знакомства

г) дети

15. Какой из перечисленных интернет-ресурсов не является социальной сетью?

а) МирТесен (mirtesen.ru)

б) instagram.com

в) ebay.com

г) Юла (Youla)

16. Как называется социальная сеть компании Google?

а) Google+

б) AdSense

в) Google World

г) Friendbook

17. Что такое SMM?

а) комплекс мер по внутренней и внешней оптимизации для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определённым запросам пользователей

б) процесс привлечения внимания через социальные платформы

в) интерфейс для обновления сайта, доступный ограниченному кругу лиц: администратора, редакторов, корреспондентов

г) материал на сайте или в приложении, специально ви-

зуально и структурно «раздробленный» на составные части для более легкого и быстрого восприятия аудиторией

18. Изначально соцсеть Facebook создавалась только для студентов:

- а) Йельского университета
- б) Гарварда
- в) Кембриджа
- г) Оксфорда

19. Какая компания в 2017 году приобрела кроссплатформенный проект Shazam?

- а) Yandex
- б) Microsoft
- в) Apple
- г) Nokia

20. Еженедельное шоу Леонида Парфенова, запущенное в 2018 году на YouTube, получило название:

- а) Намедни. Продолжение
- б) Парфенон
- в) ЛеоПарф
- г) Парлеон

21. Сколько времени понадобилось создателям ВКонтакте, чтобы заполучить 3 млн пользователей?

- а) около года
- б) 5 лет
- в) 1 месяц
- г) 10 лет

22. Назовите создателя сети Instagram:

- а) Кевин Систром
- б) Марк Цукерберг
- в) Бил Гейтс
- г) МайкКригер

Литература для самостоятельного изучения

Основная литература

1. Амзин А. А. Новостная интернет-журналистика: Учебное пособие для студентов вузов. – 2-е изд., испр. и доп. М: Аспект Пресс, 2012.
2. Баранова Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. М.: Издательство Юрайт, 2016.
3. Коханова Л. А., Калмыков А. А. Интернет-журналистика: учебник. М.: Юнити-Дана, 2015.
4. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой; Над. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017.

Дополнительная литература

1. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин и др. Москва, Екатеринбург: Кабинетный ученый, Гуманитарный университет, 2016.

2. Манович Л. Теории софт-культуры. Нижний Новгород: Красная ласточка, 2017.

Глава III. Ключи

1.	б
2.	б
3.	г
4.	а
5.	б
6.	в
7.	а
8.	б
9.	а
10.	в
11.	а
12.	г
13.	а
14.	б
15.	в
16.	а
17.	б
18.	б
19.	в
20.	б
21.	а
22.	а

Контрольные вопросы для самостоятельной работы

1. Система понятий теории журналистики.
2. История становления средств массовой информации как системы
3. Журналистика как социальный институт общества.
4. Система СМИ как средство осуществления социального диалога и партнёрства в обществе.
5. Функции журналистики как социального института общества.
6. Частный, муниципальный, ведомственный, государственный сектора СМИ. Особенности их функционирования.
7. Анализ деятельности СМИ двух различных форм собственности по характеру дифференциации.
8. Современная система СМИ. Основные компоненты, характер взаимосвязей.
9. Особенности функционирования субъектов информационного процесса.
10. Гражданская и корпоративная позиции журналиста.
11. Система отношений журналист-реципиент-аудитория как основа функционирования социального института журналистики.

12. Влияние информационно-коммуникационных технологий на развитие СМИ.
13. Источники и методы сбора информации.
14. Электронные СМИ. Их характеристика и роль в системе средств массовой информации.
15. Радиовещание как сегмент системы СМИ.
16. Права и обязанности журналиста в Законе «О СМИ».
17. Телевидение как неотъемлемая часть современной системы СМИ
18. Принципы журналистики как основа её функционирования и влияния на аудиторию.
19. Массовая информация. Стадии сбора, обработки, хранения, систематизации и реализации информации.
20. Информационные агентства. История становления и роль в современной системе СМИ.
21. Роль учредителя в СМИ.
22. Правовое поле журналистики. Основные законодательные акты, регламентирующие деятельность СМИ.
23. Цели и задачи пресс-служб. Особенности функционирования в современной журналистике.
24. Закон «О СМИ» как основа профессиональной деятельности журналиста. Статья 4 Закона «О СМИ»: практика применения.
25. Профессиональная этика журналиста. История понятия. Основные кодексы журналистской этики.
26. Авторское право в журналистике. История понятия.

Основные законодательные документы в области авторского права в российских СМИ.

27. Корпоративная этика в социальном институте журналистики.

28. Принципы и функции социального института журналистики.

29. Профессиональные качества журналиста. Способности, мировоззрение, мотивы выбора профессии.

30. Информационная политика СМИ.

31. Инфраструктура СМИ.

32. Типология журналистского творчества.

Глоссарий

Аудитория СМИ – часть общества, на которое ориентируется издание (теле-, радиопрограмма, интернет-проект и т. д.) и к которой оно постоянно обращено.

Бильд-редактор – специалист, в обязанности которого входит контроль над качеством изображений в печатных и интернет-СМИ.

Блог – веб-сайт, содержание которого представляет собой регулярно обновляемый медиатекст в жанре дневниковых записей.

Верификация – проверка информации на достоверность. **Деятельность журналиста** связана с информированием общества о событиях, явлениях и процессах, происходящих в мире.

Журналист – штатный или внештатный сотрудник редакции, деятельность которого направлена на сбор, обработку и публикацию информации посредством масс-медиа.

Журналистика – это исторически сложившаяся, устойчивая форма организации совместной деятельности людей, регулируемая законодательными и этическими нормами и направленная на удовлетворение общественных потребностей в информации.

Конвергентная журналистика – результат интеграции коммуникативных технологий, средств массовой информа-

ции, инфраструктурных компонентов с целью оперативно-го создания информационного продукта и его публикации в мультимедийной среде.

Интернет-журналистика – новая разновидность журналистики, появившаяся в конце XX века с развитием и распространением Интернета.

Информационное агентство – средство массовой информации, которое оперативно собирает информацию и снабжает ею

подписчиков – участников масс-медиа.

Инфотеймент – англ, infotainment. Термин возник в результате аббревиатурного объединения двух слов: информация – information и развлечение – entertainment. Выражает стремление продюсеров подавать новости в форме развлекательных передач или с оттенком развлекательности.

Информация – совокупность различных сведений, сообщение о чем-либо, независимо от формы их представления.

Исторические типы журналистики – устойчивые образования систем массовой информации, которые сложились под влиянием различных социально-политических организаций общества, определенных общественных интересов, культурных, образовательных и иных факторов.

Контрольно-правовые органы – организации, учреждения, общественные и профессиональные объединения, регулирующие правовые, этические отношения журналисти-

ки с индивидуумом, обществом и государством.

Массовая информация – общедоступная и общезначимая информация, способная заинтересовать широкий круг потребителей.

Масс-медиа (средства массовой коммуникации) – технологии и институты, через которые централизованно распространяется информация и другие формы коммуникации различным аудиториям; одна из форм распространения и существования массовой культуры.

Медиа́текст – сообщение любого медийного вида (текст, иллюстрация, видео, аудио) и жанра.

Медиакультура – особый тип культуры информационного общества, представляющий собой совокупность информационно-коммуникативных средств, печатной и экранной культур, материальных и интеллектуальных ценностей, выработанных человечеством в процессе культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и социализации личности.

Мультимедиа – это совокупность информационных технологий, позволяющих представить контент в разных форматах: текстовом, графическом, звуковом и т. д.

Новость – информация об изменениях действительности.

Новые медиа – это новый формат существования средств массовой информации, постоянно доступных на цифровых устройствах и подразумевающих активное уча-

стие пользователей в создании и распространении контента.

Общественное мнение – форма массового сознания, в которой проявляется скрытое или явное отношение различных групп людей к событиям и процессам действительной жизни, затрагивающим их интересы и потребности.

Общественные интересы – фактор журналистики, включающий в себя различные виды мировоззрений, идеологий, существующих в обществе, отвечающий за характер общественного мнения и концепции средств массовой информации.

Очерк – это художественно-публицистический жанр, в котором сочетаются логико-рациональный и эмоционально-образный способы отражения действительности для решения определенных аспектов концепции человека или общественной жизни. В очерке сливаются две направленности методов наглядно-образная и аналитическая, своеобразный сплав репортажа и аналитики.

Права и обязанности журналиста – определение круга прав и обязанностей журналистов является одним из важнейших элементов российского законодательства о средствах массовой информации, так как объём этих прав и обязанностей говорит о сути профессиональной деятельности работников СМИ.

Публицистика (от лат. publicus – общественный) – род произведений, посвященных актуальным проблемам и явлениям текущей жизни общества.

Репортаж – информационный газетно-журнальный (радио- и телевизионный) жанр, отличающийся динамичной, красочной передачей события, участником которого был сам автор.

Реципиент – активный участник информационного процесса. Роскомнадзор – федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий контроль и надзор в сфере СМИ, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, защиту прав субъектов персональных данных.

Сетка вещания – перечень, последовательность, наименование и время выхода в эфир теле-, радиoproграмм.

Слоган – рекламный девиз в виде эмоционально заряженной фразы, используемый как элемент корпоративной идентификации.

Социальная сеть (от англ, social networks) – интернет-площадка, сайт, который позволяет зарегистрированным пользователям размещать информацию (*за исключением информации, запрещенной к публикации законодательством РФ и сводом правил самой соцсети*) и устанавливать социальные связи.

Социальные институты (согласно Е.А. Прохорову) – государственные, хозяйственные органы, профсоюзные и другие организации, партии, ассоциации, функционирующие в сфере распространения средств массовой информации и деятельность которых обсуждается в произведениях журналистов с целью принятия ими определенных решений.

Телевизионная программа, телепрограмма, телепередача – видеоряд, обладающий единым назначением и некоторой целостностью (сюжетом), показываемый по телевидению.

Цензура – система государственного надзора за содержанием и распространением информации посредством каналов массовой коммуникации.

Фельетон – газетная статья на злободневную тему, использующая приёмы литературно-художественного изложения, особенно приёмы сатиры.