

Прикарпатський національний університет  
імені Василя Стефаника

**Факультет філології**

**Кафедра журналістики**

**“ЗАТВЕРДЖУЮ”**

Проректор \_\_\_\_\_  
“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Жанри в інтернет-медіа**

**Спеціальність «Журналістика»**

Робоча програма «Жанри в інтернет-медіа» для студентів спеціальності 061 «Журналістика», 13 с.

Розробник:

Шотурма Наталія Володимирівна, кандидат політичних наук, доцент кафедри журналістики

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри журналістики

Протокол від “31”серпня 2022 р. № 1

Завідувач кафедри:

\_\_\_\_\_ (проф. Холод О.М.)

“31”серпня 2022 р.

Схвалено методичною радою факультету філології.

Протокол від “ ” вересня 2022 р. № 1

“ ” вересня 2022 р.

Голова \_\_\_\_\_ (доц. Мартинець А.М.)

Декан факультету філології

\_\_\_\_\_ (проф. Голод Р.Б.)

## Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Освітньо-професійна програма, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 9.0	Освітня програма «Журналістика» Спеціальність 061 Журналістика	Вибіркова	
Модулів –1	Спеціальність (професійне спрямування):	<b>Рік підготовки:</b>	
Змістових модулів –1		4-й	____-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання _____ _____ (назва)		<b>Семестр</b>	
Загальна кількість годин - 270			
Тижневих годин для денної форми навчання:  аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 4		Освітній рівень: бакалавр	<b>Лекції</b>
	40 год.		__ год.
	<b>Практичні, семінарські</b>		
	50 год.		__ год.
	<b>Лабораторні</b>		
	__ год.		__ год.
	<b>Самостійна робота</b>		
180 год.	__ год.		
<b>Індивідуальні завдання:</b>			
__ год.			
<b>Вид контролю:</b> залік			

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 1:2

для заочної форми навчання – немає

## **Мета та завдання навчальної дисципліни**

**Мета** дисципліни спрямована на вивчення студентами-журналістами основ роботи з інтернет-медіа, специфікою функціонування мережі, ознайомлення з вітчизняними мережевими виданнями як засобами масової комунікації, набуття навичок практичного володіння доступними в мережі засобами комунікації, опанування журналістських жанрів інтернет-медіа.

**Предмет** дисципліни «Жанри в інтернет-медіа» покликаний формувати теоретичну та прикладну бази фахівця, який має зрозуміти, що жанр в інтернет просторі – усталений тип твору, який склався історично і відрізняється особливою комунікативною метою або способом публікації.

**Головне завдання курсу** - ознайомити студентів з основними принципами функціонування мережі інтернет; сформувати у студентів навички самостійної роботи з мережевими засобами масової комунікації; поінформувати студентів про види, головні завдання інтернет-медіа, їх основні риси та спеціалізацію; ознайомити студентів із переліком інтернет-видань, структурою, напрямками роботи вітчизняних мережових видань, особливостями локальних та світових комп'ютерних мереж; навчити майбутніх журналістів володіти механізмом пошуку джерел інформації та застосування її в інтернеті; сформувати у студентів навички ідентифікації, аналізу та самостійного створення журналістських творів різних жанрів для інтернет-медіа; підготувати спеціалістів у галузі онлайн-журналістики.

**Загальні та фахові компетентності**, якими повинен оволодіти чи які може удосконалити студент у результаті вивчення дисципліни:

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним

ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

СК 02. Здатність формувати інформаційний контент.

### **Програмні результати навчання:**

ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.

ПР03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.

ПР 04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.

ПР 14. Генерувати інформаційний контент для будь-якого виду ЗМІ за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.

### Програма навчальної дисципліни

**Тема 1.** Місце ЗМІ в інформаційному суспільстві.

**Тема 2.** Проблема ідентифікації інтернет-медіа. Критерії якості контенту мережевих видань.

**Тема 3.** Традиційні та онлайнві медіа: специфіка співіснування.

**Тема 4.** Онлайнво журналістика: специфіка, ознаки, функції.

**Тема 5.** Мультимедійність як головна ознака, яка впливає на трансформацію жанрів у мережі. Форми інтерактивної комунікації в онлайнвох ЗМІ. Громадянська журналістика і традиційні жанри.

**Тема 6.** Інформаційні жанри в інтернет-медіа: загальна характеристика.

**Тема 7.** Особливості висвітлення новин в інтернет-меді.

**Тема 8.** Особливості функціонування заміток у мережевих виданнях.

**Тема 9.** Звіт, репортаж та інтерв'ю на сайтах інтернет-медіа.

**Тема 10.** Аналітичні жанри у традиційних та онлайнвох ЗМІ.

**Тема 11.** Жанр мультимедійної статті та формат лонгриду в інтернет-медіа.

**Тема 12.** Художньо-публіцистичні жанри. Розвиток блогової журналістики.

### Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин									
	денна форма									
	усього	у тому числі								
		л	п	лаб	Ін д	с.р.				
1	46	8	11			27				
<b>Модуль 1</b>										

<b>Тема 1.</b> Місце ЗМІ в інформаційному суспільстві	14	3	4			15					
<b>Тема 2.</b> Проблема ідентифікації інтернет-медіа. Критерії якості контенту мережевих видань	14	3	4			15					
<b>Тема 3.</b> Традиційні та онлайнві медіа: специфіка співіснування	15	3	4			15					
<b>Тема 4.</b> Онлайнво журналістика: специфіка, ознаки, функції	15	3	4			15					
<b>Тема 5.</b> Мультимедійність як головна ознака, яка впливає на трансформацію жанрів у мережі. Форми інтерактивної комунікації в онлайнвох ЗМІ. Громадянська журналістика і традиційні жанри	15	3	4			15					
<b>Тема 6.</b> Інформаційні жанри в інтернет-медіа: загальна характеристика	15	3	4			15					
<b>Тема 7.</b> Особливості висвітлення новин в інтернет-медіа	15	3	4			15					
<b>Тема 8.</b> Особливості функціонування заміток у мережевих виданнях	15	3	4			15					
<b>Тема 9.</b> Звіт, репортаж та інтерв'ю на сайтах інтернет-медіа	15	4	4			15					

<b>Тема 10.</b> Аналітичні жанри у традиційних та онлайн-ЗМІ	15	4	5			15						
<b>Тема 11.</b> Жанр мультимедійної статті та формат лонгриду в інтернет-медіа	17	4	4			15						
<b>Тема 12.</b> Художньо-публіцистичні жанри. Розвиток блогів журналістики	15	4	5			15						
<b>Загальна</b>	40	5 0				18 0						

### Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Основні концепції інформаційного суспільства. Особливості становлення інформаційного суспільства в Україні.	2
2	Тенденції розвитку ЗМІ в інформаційному суспільстві	2
3	Інтернет в роботі журналіста	2
4	Особливості веб-середовища	2
5	Проблема ідентифікації інтернет-медіа	2
6	Поняття контенту. Основні критерії якості.	2
7	Проблема якості українських мережевих ЗМІ.	2
8	Порівняльна характеристика традиційних та мережевих ЗМІ.	2
9	Поняття конвергенції медіа.	2
10	Загальні та специфічні властивості онлайн-видань	2
11	Функції нових медіа	2
12	Особливості аудиторії інтернет-медіа	2
13	Проблеми інтернет-ЗМІ	2
14	Поняття мультимедіа. Роль мультимедійності у процесах жанрових трансформацій.	2
15	Інтерактивність як одна з головних ознак нових медіа.	2
16	Види інтерактивного зв'язку в інтернет-ЗМІ. Визначити види і форми інтерактивного зв'язку в інтернет-ЗМІ, надати коротку характеристику кожного з них, проілюструвати конкретними прикладами.	2

17	Поняття громадянської журналістики. Особливості розвитку громадянської журналістики в Україні. Ідентифікувати жанри громадянської журналістики, продемонструвати на прикладах з інтернет-медіа	2
18	Особливості структурної організації новин на сайтах ЗМІ. Роль заголовків-гіперпосилань в інтернет-новинах.	2
19	Особливості підготовки заміток для мережевих медіа. Типологічні ознаки замітки як жанру. Види заміток в онлайн-видаваннях.	2
20	Інформаційні жанри інтернет-журналістики: звіт, репортаж, інтерв'ю	2
21	Аналітичні жанри інтернет-журналістики	2
22	Жанр мультимедійної статті в інтернетЗМІ та формат лонгриду	2
23	Жанрові ознаки аналітичного огляду. Композиційні особливості аналітичної кореспонденції. Специфіка функціонування аналітичного коментаря у мережевих ЗМІ.	2
24	Художньо-публіцистичні жанри. Розвиток блогової журналістики	2
25	Створити власний блог; Підготувати публікації для блогу, використовуючи будьякі художньо-публіцистичні жанри.	2
<b>Разом</b>		<b>50</b>

### Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	1. Історія створення та розвиток сучасної української мережі Інтернет.	9
2	Пошукові системи. Загальна характеристика. Правила пошуку.	9
3	Місце і роль сучасного Інтернету в інформаційному просторі.	9
4	Інтернет в системі сучасних українських ЗМІ. Його переваги та недоліки.	9
5	Інтернет-асоціації України. Напрямки	9

	роботи. Перспективи. Якість.	
6	Переваги і недоліки сучасних українських та світових технологій.	9
7	Розвиток глобальних комп'ютерних мереж і проблеми безпеки.	9
8	Питання контролю, дотримання правових та етичних норм онлайн-матеріалів.	9
9	Український медіасегмент мережі Інтернет. Проблеми контролю владою.	9
10	Безпека в Інтернеті.	9
11	Комп'ютерний сленг. Специфіка використання. Сучасні тенденції.	9
12	Проблема авторського права в Інтернеті.	9
13	Специфіка розробки концепції електронного видання.	9
14	Основні правила комп'ютерного дизайну.	9
15	Форуми та гостьові книги: призначення, адресати, специфіка функціонування.	9
16	Жанри інформаційної Інтернет-журналістики.	9
17	Жанри аналітичної онлайн-журналістики.	9
18	Художньо-публіцистичні жанри інтернет-журналістики.	9
19	Інформаційні агентства: завдання, аудиторія, особливості функціонування.	9
20	Електронні аналоги друкованих ЗМІ: призначення, переваги, недоліки, перспективи розвитку.	9
<b>Разом</b>		<b>180</b>

### **Методи навчання**

*Методами* вивчення курсу є лекційні і практичні заняття, а також самостійна робота студентів (підготовка до практичних занять, модульних контрольних робіт та практичної залікової роботи) з допомогою опрацювання рекомендованої літератури та джерел, методичного забезпечення. У рамках поглибленого вивчення фахової дисципліни студенти можуть виконувати курсові, бакалаврські та магістерські роботи з рекламної діяльності у ЗМІ, а також готувати наукові статті та повідомлення.

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.

За рівнем самостійної розумової діяльності використовуються методи: проблемний, частково-пошуковий, дослідницький.

### **Методи контролю**

Система контролю знань та умови складання заліку Навчальна дисципліна «Жанри в інтернет-медіа» оцінюється за модульно-рейтинговою системою, що передбачає 1 модуль і 9 кредитів. Результати навчальної діяльності студентів оцінюються за 100-бальною шкалою, затвердженою на факультеті філології Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Оцінювання студентської успішності здійснюється протягом семестру на основі результатів аудиторних самостійних і контрольних робіт, виконання домашніх самостійних завдань, підготовки до практичних занять, урахування відвідування занять, конспектування.

### **Критерії оцінювання:**

- наукова-практична світоглядність;
- обізнаність та ерудованість;
- культура мови і володіння стилем;
- естетичне рішення рекламної складової проекту;
- вміння оперувати інформацією;
- розуміння специфіки текстуальної, графічної та персональної презентації;
- врахування специфіки повідомлень залежно від характеру аудиторії та носіїв інформації;
- здатність виділяти головне і другорядне в соціальній комунікації;
- оригінальність та креативність у розв'язанні поставлених завдань;
- сюжетність і комплексність творчого задуму і практичної реалізації.

Відповідно до навчального плану, програма курсу охоплює 270 годин (9 кредитів), з яких: 40 годин – на проведення лекційних, 50 годин – на практичні заняття, 180 години – на самостійну підготовку студентів.

Навчальним планом передбачено 1 контрольну модульну роботу як вид поточного контролю і презентаційний проект – як вид підсумкового контролю.

*На практичних заняттях* студенти повинні докладно вивчити види, форми, методи і засоби рекламної діяльності відповідно до суспільних запитів і можливостей та потреб каналів соціального комунікування.

*Самостійно* – спочатку під керівництвом викладача – студенти повинні продемонструвати вміння застосовувати набуті на лекціях і практичних заняттях знання: реалізувати їх в реальних публікаціях у традиційних (друковані та

аудіовізуальні) та новітніх (інтернет, блогосфера) ЗМК у формі інформаційних повідомлень, рекламних текстів тощо.

Крім того, використовуючи рекомендовану літературу, методичне забезпечення, джерельну базу студенти самостійно готуються до написання модульних контрольних робіт, підготовки підсумкового проекту, виконують індивідуальні науково дослідні завдання, виготовляють дидактичні матеріали.

### **Питання на залікову роботу**

Охарактеризувати сучасне Інтернет-видання за такою схемою:

1. Назва Інтернет-видання. Електронна адреса сайта.
2. Тип видання (газета, журнал, інформаційне агентство тощо).
3. Творчий колектив (автори сайта, журналісти, аналітики).
4. Наявність друкованого аналогу.
5. Наявність аудіовізуальних можливостей.
6. Вид видання за тематичною спрямованістю (політика, економіка, культура, кримінал, науково-популярне, художнє, розважальне тощо).
7. Аудиторія видання (вік, стать, соціальний стан, професія).
8. Періодичність видання.
9. Структура видання.
10. Які жанри переважають: аналітичні, інформаційні чи художньо-публіцистичні?
11. Особливості дизайну веб-сторінки.
12. Аналіз ілюстративного ряду (фото ряду).
13. Принципи викладу інформації на сайті.
14. Наявність зворотного зв'язку з аудиторією. Форуми, блоги.
15. Мова Інтернет-видання.
16. Чи можна видання назвати Інтернет-ЗМІ? Чому?

### **Рекомендована література**

#### *Базова*

#### *Основна література*

1. Божкова В. В. Реклама та стимулювання збуту : навчальний посібник для студентів ВНЗ / В. В. Божкова, Ю. М. Мельник. — 2-ге видання, стереотипне. — К. : ЦУЛ, 2020. — 200 с.

<https://lib.sumdu.edu.ua/library/DocumentDescription?docid=USH.5743904>

2. Гол Дж. Онлайн-журналістика [пер. з англ. К. Булкін] / Дж. Гол. — К.: «К.І.С.», 2005. — 344 с.

3. Крейг Р. Інтернет-журналістика / Р. Крейг. – К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2007. – 323 с.
4. Потятиник Б. Інтернет-журналістика: Навч. Посібник / Б. Потятиник. – Львів: ПАІС, 2010. – 246 с.
5. Реклама і зв'язки з громадськістю: конспект лекцій. Навчальний посібник. Електронне видання. Укладач М.Г.Житарюк. – Вінниця, 2016. – 165 с. Режим доступу: <http://przhyt.ucoz.ua/>.
6. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, інтернет / М. Стівенс. – К.: Києво-Могилянська академія, 2008. – 407 с.
7. Шотурма Н.В. Нові тенденції використання зображувальних елементів у маркетингових комунікаціях. II Міжнародна науково-практична конференція «Міжкультурна комунікація в контексті глобалізаційного діалогу: стратегії розвитку»: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, 25–26 листопада 2022 р., м. Одеса. Ч. 3. – Львів – Торунь : Liha-Pres, 2022. С. 283-286.
8. Шотурма Н.В. Гейміфікація як новий рівень діджиталізації в ЗМІ. Освіта і наука у мінливому світі: проблеми та перспективи розвитку. Матеріали III Міжнародної наукової конференції. 26-27 березня 2021 р., м. Дніпро. Частина 1 / Наук. ред. О.Ю.Висоцький. – Дніпро: СПД «Охотнік», 2021. – С.302-304-192.
9. Шотурма Н.В. Гейміфікація в нових медіа. International scientific and practical conference «The European development trends in journalism, PR, media and communication» : conference proceedings, February 26–27, 2021. Wloclawek, Republic of Poland : «Baltija Publishing». p. 172-176.

### *Допоміжна література*

1. Антонюк А. С. Характеристики якісного веб-сайту / А. С. Антонюк, Н. Р. Пасічник // Сучасні комп'ютерні інформаційні технології : матеріали V Всеукраїнської школисемінару молодих вчених і студентів (Тернопіль, 22–23 травня 2015 р.). – Тернопіль : ТНЕУ, 2015. – С. 81–82.
2. Вайшенберг З. Новинна журналістика: навчальний посібник / З. Вайшенберг / За заг. ред. В. Ф. Іванова. – К.: Академія української преси, 2004. – 262 с.
4. Гід журналіста: Збірка навчальних матеріалів, складена за французькою методикою вдосконалення працівників ЗМІ. – К.: без в/в, 2003. – 124 с.
5. Городенко Л.М. Типологія Інтернет-видань / Л. Городенко // Друкарство. – 2004. - №5. – С. 25-28.
6. Денисенко В. Майбутнє ЗМІ - за мультимедійністю: Чому газетам не треба боятися інтернету / В. Денисенко // День. – 2005. – 20 квітня. (№70). – С. 8.
7. Дмитрів Л. Якість текстового контенту сайту з погляду редактора / Л. Дмитрів // Вісник Книжкової палати. – 2014. – № 9. – С. 10–12.
8. Женченко М. І. Новітні редакторські професії в умовах конвергенції та мультимедіатизації ЗМІ / М. І. Женченко // Наукові записки Інституту журналістики : зб. наук. пр. – 2012. – Т. 49. – С. 142–146.

9. Каверіна А. С. Ключові тенденції в українському медіапросторі / А.С. Каверіна // Молодий вчений : Науковий журнал. – 2015. – № 10 (25). – С. 200–204.

10. Каверіна А. С. Медіаконвергенція як новий етап розвитку ЗМІ // Сучасні тенденції розвитку суспільних наук : матеріали міжнародної науково-практичної конференції ( м. Львів, 26–27 грудня 2014 року). – Львів : ГО «Львівська фундація суспільних наук», 2014. – С. 51–55.

11. Кашуба Г. Українські інтернет-видання: комунікативнолінгвістичні та правові аспекти / Г. Кашуба // Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика. – Львів, 2004. – Вип. 25. – С.474–480.

12. Ковальчук С. В. Рекламний менеджмент : навч. посіб. / С. В. Ковальчук, Р. В. Бойко, А. В. Корюгін. — Львів : Новий Світ-2000, 2019. — 270 с. + Гриф МОН.

<https://lib.sumdu.edu.ua/library/DocumentDescription?docid=SuSDU.BibRecord.71305>

13. Нестеренко О. Жанрова природа мультимедійних історій / О. Нестеренко // Наукові записки. – 2016. – №2 (53). – С. 346– 355.

14. Петрунько О. В. Інтернет як технологія формування громадської думки: соціально-психологічні ресурси / О. В. Петрунько // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальная коммуникация». – 2008. – Том 21 (60). №1. – С. 338–343.

15. Федорчук А. Особливості створення інформаційних ресурсів на основі традиційних та електронних ЗМІ / А. Федорчук // Бібліотечний вісник – 2009. – № 4. – С. 21–25.

16. Чабаненко М. В. До питання історії та особливостей розвитку вітчизняних журналістських Інтернет-видань / М. В. Чабаненко // Теле- та радіожурналістика: зб. наук. пр. – Львівський нац. ун-т імені Івана Франка, 2009. – Вип. 8. – С. 98– 10.

17. Чекмишев О. В. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики: підручник-практикум / О. В. Чекмишев. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2004. – 129 с.

### *Інформаційні ресурси*

1. Афанасьєва К. О. Правове врегулювання діяльності Інтернет-ЗМІ [Електронний ресурс] / К. О. Афанасьєва. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/>

2. Василенко М. К. Функціонування групи інформаційних жанрів пресової журналістики в сучасних соціальноекономічних умовах [Електронний ресурс] / М. К. Василенко. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article& article=1038>

3. Коцарев О. О. Інтернет-сайти: функціонально-змістова типологія [Електронний ресурс] / О. О. Коцарев. – Режим доступу: [http://www-philology.univer.kharkov.ua/katedras/prof\\_sites/kotsarev/kots\\_article\\_3.pdf](http://www-philology.univer.kharkov.ua/katedras/prof_sites/kotsarev/kots_article_3.pdf)

4. Потятиник Б. В. Мережева журналістика: Нариси [Електронний ресурс] / Б. В. Потятиник. – Режим доступу: [http://www.lnu.edu.ua/mediaeco/borys/internet\\_journ.htm](http://www.lnu.edu.ua/mediaeco/borys/internet_journ.htm)