



*Контрольні питання
з навчальної дисципліни*



Цифрова журналістика

K a r a z i n M e d i a T o p o s G r o u p 2 0 1 9

**КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ
ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ІСПИТУ
З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ЦИФРОВА ЖУРНАЛІСТИКА»**

Розділ 1. Технології цифрових медіа

Керівник курсу Н. О. Шульга

1. Поняття «цифрові медіа» та його синоніми.
2. Формати і жанри цифрових медіа.
3. «Універсальний журналіст»: утопія або реальність?
4. Формати цифрових медіа.
5. Мультимедійний репортаж, лонгрід, фічер, лайфлогінг, стримінг, відеоблогінг: жанрові різновиди та особливості.
6. Принципи функціонування і розвитку онлайн-видань, інтернет-радіо, веб-телебачення.
7. Медіаконвергенція та дифузія жанрів у цифрових медіа.
8. Концепт і контент у цифрових медіа.
9. Особливості візуалізації даних в мережі Інтернет.
10. Концепція і конструкція повідомлення в цифрових медіа.
11. Технології виробництва мультимедійного контенту в цифрових медіа.
12. Платформи та аудиторії цифрових медіа.
13. Цільова аудиторія цифрових медіа: принципи формування та взаємодії.
14. Специфіка цифрового медіаконтенту в залежності від платформи та аудиторії.
15. Інтерактивність цифрових медіа.
16. Використання фідбеку та соціальних медіа в цифровій журналістиці.

Розділ 2. Менеджмент і продюсування інноваційних медіапроектів

Керівник курсу С. О. Прокопенко

1. Медіаекономіка і креативні індустрії.
2. Основи медіабізнесу. Економічна політика та практика діяльності медіакомпаній.
3. Культурна індустрія vs. креативна індустрія.
4. Стартап/медіастартап. Хакатон.
5. Бізнес-модель: ціль і області використання.
6. Business Model Canvas: фокус, гнучкість, прозорість.
7. 9 будівельних блоків бізнес-моделі.
8. Стратегічний інструмент підприємництва та менеджменту.
9. Структурний підхід до розробки стратегії.
10. Стратегічне позиціонування.
11. П'ять сил конкурентної боротьби і типові стратегії за Майклом Портером.
12. Стратегія Блакитних Океанів.
13. Стратегічна логіка інновації цінності та бенчмаркетинг.
14. Медіа та політка. Моніторинг та забезпечення плюралізму власності.
15. Структури власності та управління ресурсами індустрією медіа.
16. Прозорість структур медіавласності.

Розділ 3. Конвергентна журналістика

Керівник курсу Є. Ф. Маслов

1. Процеси медіаконвергенції: pro et contra.
2. Понятійний апарат конвергентної журналістики.
3. Онлайн-журналістика, конвергентна журналістика, інтернет-журналістика, мультимедійна журналістика, кросмедійна журналістика, мережева журналістика, діджитал-журналістика.
4. Поняття медіаконвергенції та конвергентного ньюзруму.
5. Професійна ідентифікація та статус журналіста конвергентного ньюзруму.
6. Взаємини «журналіст – суспільство» і «журналіст – аудиторія» у роботі конвергентного ньюзруму.
7. Кодифікація професійних норм і самоврегулювання професійного співтовариства у конвергентній журналістиці.
8. Аудіовізуальні можливості цифрової журналістики.
9. Інформаційна мода та медіасподівання.
10. Візуалізація як тренд у сучасних конвергентних медіа.
11. Рольові орієнтації журналіста та їхній вплив на жанр журналістського твору у роботі конвергентного ньюзруму.
12. Творчий процес, автор, творча група, редактор, продюсер у конвергентній редакції.
13. Креативні інновації в цифровій журналістиці.
14. Конвергентна журналістика і критичне мислення.
15. Конвергентна журналістика в добу «постправди»: верифікація, інтерпретація, маніпуляція, фальсифікація.
16. Фактчекінг в конвергентній журналістиці.