

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
и образовательным инновациям

 О.Г. Прохоренко

«30» июня 2022 г.

Регистрационный № УД- 11294 /уч.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ИНТЕРНЕТ-СМИ

**Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:**

1-23 01 08 Журналистика (по направлениям)

направление специальности:

1-23 01 08-03 Журналистика (веб-журналистика)

2022 г.

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-23 01 08-2013 и учебного плана № Е 23-/265 уч. от 29.05.2015

СОСТАВИТЕЛИ:

А. А. Градюшко, доцент кафедры периодической печати и веб-журналистики факультета журналистики Белорусского государственного университета, заместитель декана по цифровым технологиям, кандидат филологических наук, доцент

В. В. Коршук, доцент кафедры периодической печати и веб-журналистики факультета журналистики Белорусского государственного университета, заместитель декана по международной деятельности и интернационализации образования, кандидат филологических наук

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Е. Ф. Конев, доцент кафедры международной журналистики факультета журналистики Белорусского государственного университета, кандидат филологических наук, доцент

И. И. Минчук, заведующая кафедрой журналистики Учреждения образования «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы», кандидат филологических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой периодической печати и веб-журналистики
(протокол № 13 от 31.05.2022)

Научно-методическим Советом БГУ
(протокол № 6 от 29.06.2022)

Заведующая кафедрой
периодической печати и веб-журналистики

С. В. Харитонova

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины – сформировать систему знаний о современной практике региональных средств массовой информации, специфике деятельности региональных медиа в цифровой среде, особенностях локального медиапространства; дать студентам базовые представления о принципах функционирования редакций областных, городских и районных СМИ в интернете, способствовать решению задач государственной политики в сфере массовой информации.

Задачи учебной дисциплины:

1. ознакомить студентов с особенностями регионального медиапространства;
2. сформировать профессиональные компетенции в области создания качественных медиатекстов с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, видео-, графической) для региональных СМИ;
3. выявить особенности творческой деятельности журналистов государственных печатных СМИ и сетевых изданий в условиях многоплатформенности;
4. познакомить студентов с дополнительными каналами распространения информации региональными СМИ;
5. изучить типологию региональных СМИ;
6. сформировать умения работы с инструментами визуализации;
7. ознакомить студентов с приемами создания эффективных заголовков и текстов для региональных СМИ;
8. рассмотреть новых модели дистрибуции медиаконтента региональных СМИ в социальных сетях и мессенджерах;
9. выявить особенности реализации государственной политики в сфере массовой информации;
10. показать перспективные направления трансформации регионального медиапространства.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста с высшим образованием.

Дисциплина «Региональные интернет-СМИ» носит практико-ориентированный характер и направлена на формирование навыков работы студентов в редакциях областных, городских и районных СМИ в условиях их цифровой трансформации, что будет способствовать повышению качества и конкурентоспособности государственных печатных СМИ и сетевых изданий на информационном рынке.

В учебных планах специальности «Журналистика (веб-журналистика)» учебная дисциплина относится к циклу специальных дисциплин гос. компонента.

Связи с другими учебными дисциплинами.

На лекционных и практических занятиях студенты углубляют и творчески реализуют знания, полученные в результате изучения учебных

дисциплин «Основы творческой деятельности веб-журналиста», «Учебный медиапроект», «Веб-дизайн и компьютерная графика», «Основы информационных технологий», «Основы фотожурналистики», «Профессиональная этика журналиста».

Требования к компетенциям

Освоение учебной дисциплины «Региональные интернет-СМИ» должно обеспечить формирование следующих академических, социально-личностных и профессиональных компетенций:

академические компетенции:

АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.

АК-4. Уметь работать самостоятельно.

АК-5. Быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью).

АК-7. Иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером.

социально-личностные компетенции:

СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.

СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.

СЛК-5. Быть способным к критике и самокритике.

СЛК-6. Уметь работать в команде.

профессиональные компетенции:

ПК-1. Постоянно совершенствовать методы создания журналистского контента, используя современные информационные технологии.

ПК-2. Творчески применять полученные знания и приобретенные навыки в профессиональной деятельности.

ПК-3. Владеть основами творческой деятельности теле-, радио- и интернет-журналиста, методикой теле-, радио- и интернет-журналистики, профессиональным мастерством теле-, радио- и интернет-журналиста.

ПК-10. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей в рамках выполнения общих творческих задач.

ПК-29. Уметь применять систему методов журналистского творчества; жанровые разновидности журналистского текста и особенности работы над материалами разных жанров.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен:

знать: базовые понятия курса; общие закономерности развития медиаотрасли и специфику региональных медиа; своеобразие организации журналистского творческого процесса в регионе; особенности современных областных, городских и районных СМИ; основные этапы развития региональных медиа в цифровой среде; особенности организации и планирования работы редакции; приемы создания эффективных заголовков и текстов; способы дистрибуции медиаконтента в социальных сетях и мессенджерах; специфику государственного регулирования региональных СМИ; инновационные практики в сфере региональных медиа; названия ведущих региональных СМИ страны и имена ведущих журналистов;

уметь: эффективно использовать цифровые технологии в профессиональной деятельности; выбирать и формулировать актуальную тему материала; находить источники информации о событиях и тенденциях в регионе; осуществлять отбор, редактирование, компоновку и последующую ретрансляцию информации на различных цифровых платформах; работать с различными системами управления сайтами; владеть инструментами визуализации данных; анализировать статистику посещаемости сайта и эффективность присутствия СМИ в социальных медиа; успешно работать в цифровых медиасредах, создавая разнообразный мультимедийный контент, востребованный аудиторией;

владеть: навыками анализа особенностей функционирования региональных СМИ; навыками ориентации в мировых тенденциях развития медиаотрасли; навыками применения инновационных практик в процессе профессиональной деятельности; методами определения степени влияния контента прессы на общественное мнение в регионе; технологиями создания заголовков и текстов в цифровой журналистике; навыками работы с видеоредакторами; приемами оценки эффективности работы интернет-ресурсов; навыками грамотной организации, оформления и редактирования медиатекста в цифровой среде.

Структура учебной дисциплины

Дисциплина изучается в 6 семестре. Всего на изучение учебной дисциплины «Региональные интернет-СМИ» отведено для дневной формы обучения 90 часов, в том числе 46 аудиторных часов, из них: лекции – 26 часов, лабораторные занятия – 18 часов, УСП – 2 часа.

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 2 зачетных единицы.

Форма текущей аттестации – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Региональные интернет-СМИ в национальной медиасистеме

Современная региональная интернет-журналистика в медиасистеме страны. Конфигурация системы региональных медиа. Различные подходы к определению локальных медиа. Региональные, локальные, гиперлокальные и городские медиа. Роль региональных медиа для развития городской среды, локальных и национальных общественных процессов. Городские медиа как часть городской инфраструктуры.

Тенденции развития печатных, аудиовизуальных и интернет-СМИ: конвергенция, диверсификация, глобализация, дигитализация. Глобальные медиапроцессы цифровой эпохи. Новые формы и приемы профессиональной деятельности, экономические стратегии и бизнес-модели, каналы распределения и доставки контента. Особенности медиапотребления на современном этапе.

Региональные медиа и их место в реализации государственной информационной политики. Пути адаптации региональных СМИ, их коллективов к новой производственной практике в условиях цифровой

трансформации национальной медиасферы. Мультимедийные холдинги в региональном ландшафте. Диверсификация медиапродукции, создание качественного мультимедийного контента для цифровых форматов. Пути увеличения совокупной аудитории редакционного бренда на новых цифровых платформах. Способы повышения уровня доверия к СМИ.

Тема 2. Становление и развитие региональных интернет-СМИ

Периодизация становления и развития региональной цифровой журналистики. Трансформация локальных медиа в постсоветский период. Локальные медиа в системе властных отношений. Основные показатели рынка доступа в интернет. Медиасфера белорусского интернета, периодизация процесса становления и развития интернет-СМИ Беларуси. Свойства интернет-журналистики. Типы медийных интернет-ресурсов.

История развития белорусского сегмента сети Интернет (Байнета). Становление и эволюция веб-журналистики Беларуси. Этапы освоения редакциями цифровых технологий. Сайт как электронная «визитка» печатного издания и как самостоятельная цифровая платформа.

Производство медиаконтента в цифровой среде с использованием различных знаковых систем. Стратегии print first, digital first и audience first. Новые реалии развития газетных редакций. Профессиональные компетенции журналиста. Особенности развития газетных редакций в разных регионах в условиях медиаконвергенции. Понятия «интернет-ресурс» и «сетевое издание». Практический опыт создания и сопровождения веб-сайтов региональных СМИ.

Тема 3. Редакционный менеджмент в конвергентной среде

Характеристика профессиональной деятельности интернет-журналиста. Концепция объединенной (конвергентной) редакции. Новые принципы организации работы редакций в цифровой среде. Специфика работы интернет-отдела. Профессиональные компетенции веб-журналиста. Специфика работы с сетевыми текстами. Новые методы работы с аудиторией.

Современные подходы к организации работы СМИ. Структурно-содержательные характеристики ведущих сетевых изданий и интернет-ресурсов. Реализация идеи конвергенции в медиа-индустрии. Функции и роли журналистов в редакциях нового типа. Влияние конвергенции на бизнес-процессы. Перемены в практике редакционного менеджмента. Конвергентный ньюсрум, его особенности. Проблемы, возникающие при создании конвергентной редакции.

Газета и новые цифровые технологии. Особенности работы управления веб-проектов «СБ. Беларусь сегодня». Специфика взаимодействия традиционной и интернет-редакций. Особенности организации информационной службы в условиях конвергентной редакции. Схема движения информационных потоков. Работа журналиста с новыми медиа. Взаимодействие журналистов с интернет, ТВ- и радиоплатформами.

Тема 4. Содержательно-тематическая модель региональных интернет-СМИ

Принципы формирования контент-модели регионального издания в цифровой среде. Эмоциональная насыщенность, общественная значимость и практическая польза для читателя как важнейшие критерии ценности новостей в цифровых медиа. Работа, отдых, семья, жилье, транспорт как важные тематические блоки. Особенности освещения деятельности местных органов власти. Дисбаланс в содержательно-тематической модели региональных интернет-СМИ и способы его преодоления.

Проблематика интернет-СМИ. Общественно-политическая проблематика. Методика подготовки общественно-политических материалов. Проблематика социальной сферы в интернет-журналистике. Экономическая проблематика. Отражение проблем социальной защиты населения в интернет-СМИ. Актуальные проблемы социальной практики в освещении современных медиа. Роль СМИ в процессе принятия государственных решений. Социальная и гражданская направленность СМИ.

Тема 5. Производство медиаконтента для цифровых платформ

Особенности массовой коммуникации в эпоху новых технологий. Трансформация традиционных медиа в цифровой среде. Мультимедиа, кроссмедиа, трансмедиа. Мультиплатформенность и визуализация. Специфика сетевых медиапроектов. Мультимедийные форматы как средство привлечения и удержания аудитории.

Приемы создания журналистского контента с использованием нескольких знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической). Особенности творчества журналиста в цифровых медиа. Конвергенция и многоплатформенность. Показатели эффективности работы медиа в интернете. Сетевые издания.

Приемы создания заголовков. Кликабельные и кликбейтные заголовки. Рекомендации по созданию заголовков для интернет-СМИ. Шаблоны кликабельных заголовков, их классификация. Рекомендации по оформлению заголовков для новостных агрегаторов и рекомендательных систем. Особенности текстов в цифровой среде. Факторы эффективности медиатекста. Жанр и формат в цифровой журналистике. Типология мультимедийных форматов.

Тема 6. Эффективное присутствие региональных медиа в социальных сетях

Социальные медиа как ресурс для журналиста. Особенности распространения контента в соцсетях «ВКонтакте», Instagram, «Одноклассники», TikTok, Facebook, Twitter и в мессенджерах (Telegram, Viber). Хронологические, алгоритмические и рекомендательные платформы. Социальная сеть как лента ссылок на основной сайт. Социальная сеть как сообщество. Особенности разработки социальной стратегии. Принципы формирования алгоритмического рейтинга.

Критерии эффективности деятельности медиа в социальных сетях. Увеличение вовлеченности аудитории. Ежемесячный прирост аудитории. . Количество пользователей, пришедших на сайт из социальных сетей. Показатель вовлеченности ER (Engagement Rate), методика его расчета.

Приемы сопровождения сообществ в соцсети «ВКонтакте». Рекомендации по ведению групп. Компоненты успеха на различных площадках. Правила написания подводки. Типичные ошибки сопровождения сообществ в социальных сетях. Правила создания контента для Instagram и TikTok. Рекомендации по ведению аккаунтов. Публикации в формате *Stories*, их особенности.

Тема 7. Приемы работы региональных СМИ в Telegram

Работа медиа в Telegram. Возможности использования мессенджеров в творческой деятельности журналиста. Стратегии распространения новостей в Telegram. Преимущества Telegram перед социальными сетями. Базовые советы по контенту в Telegram. Продвижение канала. Сервисы аналитики и статистики.

Стандарты написания текстов для Telegram-каналов. Современные творческие приемы, используемые при создании текста (чередование текста и фото, структурирование материала, выделение цитат и др.). Новые форматы взаимодействия с аудиторией и помощью ботов и чат-ботов. Взаимодействие редакции с аудиторией. Разработка программ лояльности, акции и конкурсы. Типичные ошибки ведения Telegram-каналов.

Тема 8. Гиперлокальные медиа и их роль в медийном ландшафте

Понятие альтернативных, локальных и гиперлокальных медиа : возможные определения и специфика трактовки. Публичные группы на платформах социальных медиа как сегмент локальной медиасферы. Городские паблики как пример гиперлокальных медиа. Вовлечение жителей в обсуждение городских вопросов. Роль гиперлокальных медиа в коммуникации между властью и обществом. Практики коммуникаций между жителями и представителями власти в пространстве социальных медиа.

Производство и продвижением контента в гиперлокальных медиа, работа с аудиторией. Современные стратегии распространения контента на цифровых платформах. Социальная сеть как лента ссылок на основной сайт. Социальная сеть как сообщество. Особенности разработки социальной стратегии. Критерии эффективности деятельности медиа в социальных сетях. Увеличение вовлеченности аудитории. Ежемесячный прирост аудитории. Количество пользователей, пришедших на сайт из социальных сетей.

Региональная блогосфера и ее особенности. Влияние гражданских блогеров на СМИ. Типы блогов и критерии их типологизации. Основные функции блогов и их отличие от традиционных СМИ. Диалогичность блогосферы. Журналистика мнения в блогосфере. Специфика работы блогера. Платформа YouTube как площадка для гражданских инициатив.

Правовая база блогосферы. Правовые и этические требования к блогеру в новой коммуникационной среде.

Тема 9. Основные направления монетизации региональных СМИ

Основные понятия медиаэкономики и структура современного регионального рекламного рынка. Реклама в Интернет-СМИ и современные рекламные технологии. Падение доходов от реализации тиражей и рекламы как главная проблема глобального рынка печатных СМИ. Проблемы достижения финансовой устойчивости редакции в условиях цифровой трансформации.

Способы монетизации контента и бизнес-модели. Современные рекламные форматы. Баннерная реклама. Рекламная статья. Нативная реклама. Видеосюжет. Тесты и игры. Лонгрид. Спецпроект. Брендинг. Контекстная реклама. Пост в социальной сети. Stories в Instagram. Партнерство конкурса. Проведение акций.

Пейволл и краудфандинг как перспективные модели монетизации интернет-ресурсов. Новые модели монетизации сайтов и социальных сетей. Аудитория как новый инструмент развития медиабизнеса. Необходимость разработки бизнес-стратегий цифровых медиа, учитывающих актуальные модели медиапроизводства и медиапотребления.

Тема 10. Формы и методы государственного регулирования региональных СМИ

Государственная информационная политика и ее отражение в региональных СМИ. Содержание государственной информационной политики. Проблемно-тематические стратегии региональных СМИ Беларуси в контексте реализации государственной информационной политики. Взаимодействие органов государственной власти с региональными медиа. Роль государственной информационной политики в поддержании стабильности политической системы. Геополитическая конкуренция и информационная безопасность государства. Информационное противоборство и информационная война в современных условиях.

Политико-правовые основы регулирования информационных отношений. Закон Республики Беларусь «О средствах массовой информации». Совершенствование использования национального сегмента сети Интернет. Информационно-аналитическая деятельность органов власти. Современные подходы к решению проблем информационной безопасности в цифровой среде.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСП	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Региональные медиа в национальной медиасистеме	2			2			Устный опрос
2.	Становление и развитие региональных интернет-СМИ	2			2			Творческое задание (моделирование СМИ)
3.	Редакционный менеджмент в конвергентной среде	2			2			Устный опрос
4.	Содержательно-тематическая модель региональных интернет-СМИ	2			2			Творческое задание (тематический план)
5.	Производство медиаконтента для цифровых платформ	4			2			Творческое задание (работа на платформах)
6.	Эффективное присутствие региональных медиа в социальных сетях	4			2		2	Презентация, творческое задание
7	Приемы работы региональных СМИ в Telegram	4			2			Презентация
8	Гиперлокальные медиа и их роль в медийном ландшафте	2			2			Устный опрос
9	Основные направления монетизации региональных СМИ	2			2			Устный опрос
10	Формы и методы государственного регулирования региональных СМИ	2						Устный опрос
	ВСЕГО:	26			18		2	

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. Андреев, Я. Анатомия Интернет-СМИ. Как раскрутить провинциальный региональный новостной Интернет-сайт : открытый мастер-класс [Электронный ресурс] / Яков Андреев, Константин Семенов, Виктория Спиридонова. – Режим доступа: <http://novmarketing.ru/anatomiya-internet-smi-oglavlenie>. – Дата доступа: 13.06.2021.
2. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика: Теория и практика : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. – М. : Юрайт, 2019. – 269 с.
3. Газета + радио : в помощь редакторам региональных СМИ / авт. кол. : В. В. Русакевич [и др.]. — Минск : [б. и.], 2004. – 155 с.
4. Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. : контент-аналитич. исследование : колл. монография / Л. Г. Свитич [и др.]. – М. : Ф-т журн. МГУ, 2016. – 277 с.
5. Газеты средних и малых городов России : социологич. исследование : опрос редакторов и журналистов / Л. Г. Свитич [и др.]. – М. : Ф-т журн. МГУ, 2015. – 237 с.
6. Город и медиа : матер. Междунар. научн.-практ. конф. «Новые городские медиа в медиаландшафте России», г. Пермь, 1–2 июня 2018 г. / Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Пермь, 2018. – 234 с.
7. Градюшко, А. А. Оценка эффективности деятельности региональных медиа в цифровой среде / А. А. Градюшко // Труды БГТУ. Серия 4, Принт- и медиатехнологии. – Минск : БГТУ, 2018. – № 2 (213). – С. 56–62.
8. Градюшко, А. А. Региональные медиа в цифровой среде. / А. А. Градюшко. – Минск : Звезда, 2020. – 184 с.
9. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / А. Г. Качкаева [и др.] ; под ред. А. Г. Качкаевой. – М. : [б. и.], 2010. – 200 с.
10. Касютин, В. Л. Живая газета / В. Л. Касютин. – М. : Изд. Союза журналистов России, 2013. – 336 с.
11. Как новые медиа изменили журналистику, 2012–2016 : сб. статей / ред.-сост. С. Балмаева ; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екатеринбург : Гуманитарный ун-т ; М. : Кабинетный ученый, 2016. – 304 с.
12. Мультимедийная журналистика / [авт.: А. Г. Качкаева и др.] ; под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. – Москва : Высшая школа экономики, 2017. – 413 с.
13. Мультимедийные технологии СМИ. Учебное пособие кафедры журналистики ННГУ им. Н.И. Лобачевского / Н.О. Автаева, В.А. Бейненсон, К.А. Болдина, А.Л. Коданина, О.Н. Савинова. – Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2020. – 171 с.21.

14. Посталовский, А. В. Национальное информационное поле в контексте вызовов и угроз современного мира: социологическое измерение : монография / А. В. Посталовский. – Минск : РИВШ, 2019. – 236 с.
15. Пургин, Ю. П. Стратегия неизбежного перехода: Медиадом и управляемые трансформации печатных СМИ : монография / Юрий Пургин. – Барнаул : Изд-во Алтайского гос. ун-та, 2018. – 196 с.
16. Работа журналиста в цифровой периодике : учебное пособие для студентов вузов / отв. ред. О. В. Смирнова. – Москва : Аспект Пресс, 2021. – 248 с.

Перечень дополнительной литературы

1. Амзин, А. А. Новостная интернет-журналистика : учеб. пособие для студ. вузов / А. А. Амзин. – М. : Аспект Пресс, 2011. – 141 с.
2. Вырковский, А. В. Редакционный менеджмент в печатных и онлайн-массмедиа: процессный подход / А. В. Вырковский. – М.: МедиаМир, 2016. – 384 с.
3. Градюшко, А. А. Ключевые тенденции развития зарубежных интернет-СМИ в условиях дигитализации медиасреды / А. А. Градюшко // Международная журналистика-2017: идея интеграции интеграций и медиа: материалы VI Международной научно-практической конференции, Минск, 16 февраля 2017 г. / сост. Б. Л. Залесский ; под общ. ред. Т. Н. Дасаевой. – Минск : Изд. центр БГУ, 2017. – С. 66–71.
4. Градюшко, А. А. Современные средства визуализации контента в белорусских интернет-СМИ / А. А. Градюшко // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта. Серыя 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. – 2015. – № 1. – С. 48-51.
5. Градюшко, А. А. Сообщества «ВКонтакте» и их роль в медийном ландшафте: опыт трех регионов / А. А. Градюшко, К. Р. Нигматуллина, А. В. Пустовалов // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. - Минск : БГТУ, 2019. - № 1 (219). - С. 54-61.
6. Кирия, И. В. История и теория медиа : учеб. для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – 2-е изд., испр. – М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 570 с.
7. Коршук, В. В. Взаимодействие СМИ с субъектами хозяйствования в реализации региональной политики Беларуси / В. В. Коршук // Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху: ад лакальнай праблематыкі да інфармацыйнай бяспекі дзяржавы : матэрыялы Рэсп. навук.-практ. канф., Мінск, 5 мая 2020 г. / Беларус. дзярж. ун-т ; рэдкал.: В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск, 2020. – С. 165–171.
8. Коршук, В. В. Идеология современного регионального развития Беларуси: потенциал СМИ / В. В. Коршук // Беларус. думка. – 2019. – № 8. – С. 54–58.
9. Коршук, В. В. Информационно-коммуникационный потенциал регионов в контексте реализации политики регионального развития / В. В.

Коршук // Журналістыка–2018: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 20-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 15–16 лістап. 2018 г. / Беларус. дзярж. ун-т ; рэдкал.: В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск, 2018. – С. 445–449.

10. Коршук, В. В. Региональный имидж Беларуси в средствах массовой информации / В. В. Коршук // Журн. БГУ. Журналистика. Педагогика. – 2018. – № 1. – С. 42–55.

11. Коршук, В. В. Социализация населения в современном региональном развитии Беларуси: информационный аспект / В. В. Коршук // Журн. БГУ. Журналистика. Педагогика. – Минск, 2018. – №2. – С. 45–52.

12. Степанов, В. А. Социальные медиа : учеб.-метод. пособие / В. А. Степанов. – Минск : БГУ, 2020. – 115 с.

13. Adornato, Anthony. Mobile and Social Media Journalism: A Practical Guide / Anthony Adornato. – 1st ed. – Thousand Oaks : California, 2017. – 216 p.

14. Boczkowski, Pablo J. Digitizing the news: Innovation in Online Newspapers / Pablo J. Boczkowski. – Cambridge : MA : MIT Press, 2004. – 243 p.

15. Boczkowski, Pablo J. The Digital Environment. How We Live, Learn, Work, and Play Now / Pablo J. Boczkowski, E. Mitchelstein. – Cambridge : MA : MIT Press, 2021. – 208 p.

16. Bradshaw, Paul. The Online Journalism Handbook. Skills to Survive and Thrive in the Digital Age / Paul Bradshaw. – 2nd ed. – London ; N. Y., 2017. – 368 p.

17. Bykov I., Hradziushka A., Ibrayeva G., Turdubaeva E. (2018) Instant Messaging for Journalists and PR-Practitioners: A Study of Four Countries. In: Bodrunova S. (eds) Internet Science. INSCI 2018. Lecture Notes in Computer Science, vol 11193. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-01437-7_20

18. Mir, A. Postjournalism and the death of newspapers. The media after Trump: manufacturing anger and polarization / Andrey Mir. – Totonto, Canada, – 2020. – 388 p.

ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ И МЕТОДИКА ФОРМИРОВАНИЯ ИТОГОВОЙ ОТМЕТКИ

Рекомендуемыми средствами диагностики на занятиях по дисциплине «Региональные интернет-СМИ», позволяющими проследить и оценить динамику процесса достижения целей обучения, являются устный опрос, творческое задание, презентация.

При оценке *устного опроса* учитывается:

- ответ (полнота ответа) – 60 %;
- постановка вопросов – 20 %;
- участие в дискуссии, дополнения и замечания – 20 %.

При оценке *творческого задания* учитывается:

- соответствие выбранного инструмента, способов решения, поставленной задаче – 60 %;
- аналитический подход к решению задания – 40 %.

Оценка *презентации* включает:

- содержание выступления (ясность, доказательность, соответствие теме и аудитории) – 50 %;
- управление коммуникацией (ораторское мастерство, взаимодействие с аудиторией) – 50 %.

Формой текущей аттестации по дисциплине «Региональные интернет-СМИ» является зачет.

При формировании итоговой оценки используется рейтинговая оценка знаний студента. Рейтинговая оценка предусматривает использование весовых коэффициентов для текущего контроля знаний и текущей аттестации студентов по дисциплине.

Примерные весовые коэффициенты, определяющие вклад текущего контроля знаний и текущей аттестации в рейтинговую оценку:

- устные ответы – 10 %;
- подготовка презентации – 20%;
- выполнение творческих заданий – 70 %.

Итоговая оценка по дисциплине рассчитывается на основе оценки текущей успеваемости и оценки на зачете с учетом их весовых коэффициентов. Оценка по текущей успеваемости составляет 50 %, оценка на зачете – 50 %.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ДЛЯ УПРАВЛЯЕМОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

**Эффективное присутствие региональных медиа в социальных сетях
(2 ч. УСР)**

Разработать проект аккаунта в Instagram (канала в Telegram) и презентовать его одноклассникам. Студенты представляют творческие проекты в группе с дальнейшим обсуждением. (Форма контроля – презентация, творческое задание).

В качестве заданий студентам предлагается подготовить презентации по следующим темам:

1. Заголовки в интернет-СМИ, основные формулы их создания. Кликбейт-заголовки
2. Платформа Instagram в работе журналиста
3. Правила производства видеоконтента для платформы YouTube.
4. Онлайн-инструменты для создания инфографики
5. Подкаст как современный цифровой медиаформат

ОПИСАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПОДХОДОВ И МЕТОДОВ К ПРЕПОДАВАНИЮ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (ЭВРИСТИЧЕСКИЙ, ПРОЕКТИВНЫЙ, ПРАКТИКО- ОРИЕНТИРОВАННЫЙ)

При организации образовательного процесса используются:

1) **эвристический подход**, который предполагает:

- осуществление студентами личностно-значимых открытий окружающего мира;
- демонстрацию многообразия решений большинства профессиональных задач и жизненных проблем;
- творческую самореализацию обучающихся в процессе создания образовательных продуктов;
- индивидуализацию обучения через возможность самостоятельно ставить цели, осуществлять рефлексию собственной образовательной деятельности.

2) **практико-ориентированный подход**, который предполагает:

- освоение содержания образования через решения практических задач;
- приобретение навыков эффективного выполнения разных видов профессиональной деятельности;
- ориентацию на генерирование идей, реализацию групповых студенческих проектов, развитие предпринимательской культуры;
- использованию процедур, способов оценивания, фиксирующих сформированность профессиональных компетенций.

3) **метод проектного обучения**, который предполагает:

- способ организации учебной деятельности студентов, развивающий актуальные для учебной и профессиональной деятельности навыки планирования, самоорганизации, сотрудничества и предполагающий создание собственного продукта;
- приобретение навыков для решения исследовательских, творческих, социальных, предпринимательских и коммуникационных задач.

4) **метод учебной дискуссии**, который предполагает участие студентов в целенаправленном обмене мнениями, идеями для предъявления и/или согласования существующих позиций по определенной проблеме. Использование метода обеспечивает появление нового уровня понимания

изучаемой темы, применение знаний (теорий, концепций) при решении проблем, определение способов их решения.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

1. Изучение дисциплины студентам необходимо начинать со знакомства с учебно-программными материалами.

2. Для организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Современные медиаформаты» следует использовать современные информационные ресурсы на образовательном портале БГУ.

3. Студентам в процессе изучения курса рекомендуется регулярно знакомиться с примерами журналистских материалов отечественных и зарубежных изданий

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Общая характеристика региональной медиасистемы Республики Беларусь
2. Становление и эволюция региональных интернет-СМИ
3. Особенности аудитории белорусского интернета
4. Правовое регулирование деятельности интернет-изданий
5. Принципы работы систем управления контентом (CMS) WordPress, Joomla, Drupal
6. Дизайн-модель интернет-версии регионального издания
7. Основные требования к сайту интернет-СМИ
8. Заголовок в интернет-СМИ
9. Особенности написания текстов для интернет-СМИ
10. Поливариативность проблематики в веб-журналистике
11. Визуализация как новый творческий метод
12. Жанровые особенности региональной журналистики
13. Конвергенция как фактор трансформации тематической модели
14. Мультимедийный контент региональных медиа
15. Визуализация данных и инфографика
16. Показатели эффективности работы сайта.
17. Поисковая оптимизация сайтов интернет-СМИ (SEO)
18. Работа в социальных медиа и мессенджерах
19. Платформа Instagram и региональные СМИ
20. Приемы работы региональных СМИ в Telegram
21. Продвижение региональных СМИ в TikTok
22. Медийная аналитика сайтов и социальных сетей
23. Основные направления монетизации региональных СМИ
24. Медиахолдинги в региональном ландшафте.
25. Формы и методы государственного регулирования региональных СМИ

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу с указанием даты и номера протокола
Журналистское мастерство	Кафедра периодической печати и веб-журналистики	Предложений нет	Замечаний нет (протокол № 7 от 31.05.2022)

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ ПО
ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
_____ (протокол № ____ от _____ 202_ г.)

Заведующий кафедрой

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
