

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет имени Владимира Даля»
(ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля»)

Институт философии
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Директор института
философии

П.П. Склад

« » 2025г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

«Интернет-журналистика»
42.03.02 Журналистика
«Универсальная журналистика»

Разработчик:

доцент Н.В. Романова
(подпись) Романова Н.В.

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры журналистики «30»
01 2025 г., протокол № 7

Заведующий кафедрой Ю.П. Фесенко
(подпись) Фесенко Ю. П.

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Интернет-журналистика»**

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

1. *Выберите один правильный ответ.*

Кто ввел в язык термин «Интернет»?

- А) М. Маклюэн
- Б) К. Шеннон
- В) Тим Бернерс-Ли
- Г) С. Джобс

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.2), ПК-3 (ПК-3.1)

2. *Выберите один правильный ответ.*

1. Цель интернет-журналистики в системе СМИ?

- А) расширение информационного пространства
- Б) унификация информационного пространства
- В) интеграция информационного пространства
- Г) обогащение информационного пространства

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.2), ПК-3 (ПК-3.1)

3. *Выберите один правильный ответ.*

Место и роль интернет-журналистики в системе СМИ?

- А) главная
- Б) маргинальная
- В) комплексная
- Г) интегральная

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.2), ПК-3 (ПК-3.1)

Задания закрытого типа на установление соответствия

1. *Установите соответствие между понятиями и их определениями. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.*

Понятия

Определения

1) Гипертекст

А) процесс, при котором на базе регионов формируется самостоятельная система средств массовой информации, ориентированная на удовлетворение запросов

- 2) Регионализация СМИ Б) локального характера.
 текст со ссылками, которые позволяют мгновенно переходить к связанным материалам.
- 3) Дигитализация СМИ В) перевод содержания СМИ во всех его формах – текстовой, графической, звуковой – в цифровой формат, понятный современным компьютерам.

Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

Компетенции (индикаторы):

2. Установите соответствие между понятиями и их определениями. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Понятия	Определения
1) Блог	А) процесс интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс; передача одного и того же контента разными формами и при помощи разных каналов коммуникации.
2) Конвергенция СМИ	Б) веб-сайт, основное содержимое которого – добавляемые пользователем записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа.
3) Коммерциализация СМИ	В) процесс, при котором СМИ ориентированы на коммерческий успех, обращены к потребителю информации как участнику рыночных отношений; реклама или коммерческая тема становятся важнее информационных потребностей аудитории.

Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

Компетенции (индикаторы):

3. Установите соответствие между эпохами развития литературы и их определениями. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Понятия	Определения изучения
1) Веб-ресурсы	А) система связи между отдельными интернет-ресурсами при помощи гиперссылок,

- которая является отличительной характеристикой сетевых изданий.
- 2) Веб-аудитория Б) сайты и онлайн-платформы, предоставляющие информацию или сервисы пользователям интернета.
- 3) Гипертекстуальность В) посетители определённого интернет-ресурса: целевые, побочные и случайные.

Правильный ответ: 1-Б, 2-В, 3-А
Компетенции (индикаторы):

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

1. Установите правильную последовательность четырех периодов становления интернет-СМИ. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) Период Web 2.0.
Б) Период становления интернет-СМИ.
В) Коммерциализация веб-медиа.
Г) Авторские проекты.

Правильный ответ:

Г	Б	В	А
---	---	---	---

Компетенции (индикаторы):

2. Установите правильную последовательность этапов процессов дигитализации и конвергенции. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) конвергенция и интеграция
Б) Зарождение блогерства
В) «Манифест Сетевой литературы»
Г) Коммерциализация онлайн-медиа

Правильный ответ:

Г	Б	В	А
---	---	---	---

Компетенции (индикаторы):

3. Установите правильную последовательность разработки веб-издания. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) Программирование сайта
Б) Разработка дизайн-макета
В) Вёрстка веб-страниц
Г) Наполнение сайта контентом

Правильный ответ:

Б	В	А	Г
---	---	---	---

Компетенции (индикаторы):

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

1. *Напишите пропущенное слово.*

Гипертекст _____ от обычного текста, который читается последовательно, гипертекст даёт возможность сразу перейти к нужной информации, не тратя время на поиск.

Правильный ответ: в отличие.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.7), ПК-3 (ПК-3.3)

2. *Напишите пропущенное слово.*

Работа с гипертекстами _____ изучение структуры гипертекстовых документов, видов гипертекста, создание таких документов и навигацию по ним.

Правильный ответ: включает.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.2), ПК-3 (ПК-3.1)

3. *Напишите пропущенное слово.*

Социальные сети как _____ обеспечивают работу так называемого вирусного редактора механизма стихийного распространения и фильтрации информации, играя ведущую роль в современных трансмедийных проектах.

Правильный ответ: тенденция.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.5), ПК-3 (ПК-3.2)

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

1. *Напишите пропущенное слово.*

Трансформация СМИ _____ связана в первую очередь с дигитализацией медийного содержания – с его переводом в цифровую форму, легко транспортируемую по современным каналам электронной коммуникации

Правильный ответ: сейчас.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.6), ПК-3 (ПК-3.3)

2. *Напишите пропущенные слова.*

Гипертекстуальный уровень анализа текста _____ связан с его языковой формой и информационно-коммуникационными задачами.

Правильный ответ: связан.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.2), ПК-3 (ПК-3.1)

3. Напишите пропущенное слово.

_____ тип коммуникации в журналистике предполагает как широкие, так и профессионально подготовленные аудитории.

Правильный ответ: Сетевой.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.3), ПК-3 (ПК-3.3)

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. *Прочитайте текст задания. Продумайте логику и полноту ответа. Запишите ответ, используя точную формулировку.*

В чем специфика сетевых СМИ?

Время выполнения – 5 мин.

Ожидаемый результат: Сетевые версии традиционных СМИ появились в пространстве Рунета одними из первых. Так, электронная версия «Коммерсанта» была зарегистрирована в 1992 году, сайт «Аргументов и Фактов» - в 1997 году. Тогда же пользователи увидели и сайт «Независимой газеты». Однако повсеместное появление электронных версий печатных СМИ пришлось на конец 1990 - начало 2000-х годов. В 2001 году появился сайт «Известий». Сегодня ни одно уважающее себя печатное издание, радио- или телеканал не может обойтись без своего представительства в мировой паутине, хотя бы и в качестве корпоративного сайта. При этом присутствие в Интернете для их подавляющего большинства скорее хороший тон, чем стратегический шаг по расширению своего информационного пространства. Благодаря налаженным механизмам информационной работы, узнаваемому бренду сетевые версии печатных изданий составляют лидирующий сегмент интернет-изданий: почти половина самых популярных в Рунете интернет-СМИ приходится на оффлайновые издания. Для аудитории этого вида сетевых СМИ характерна стратегия брендового потребления информационного продукта, которая предполагает получение новостей из источников, пользующихся доверием пользователя. Этой стратегии противостоит логика универсального потребления, при которой интернет-пользователей интересует прежде всего оригинальное содержимое. При этом не акцентируется ни источник получения информации, ни авторство информации. Средства массовой информации, выбравшие Интернет как канал распространения своей продукции, можно разделить на три большие группы: эквивалентные копии традиционных СМИ, или их электронные версии; модифицированные онлайн-версии традиционных СМИ, которые возникли на почве офлайн-прототипов, но не копируют их, а проводят собственную информационную политику, имеют собственную, отличную от традиционного издания, схему вещания, соответствующую выбранному каналу; медиапроекты, возникшие в Сети и не имеющие офлайновых прототипов. В противовес первой группе они занимают лидирующие позиции в сетевых рейтингах, а некоторые из них, которые прямо заявляют о своих коммерческих целях.

Критерии оценивания: наличие в ответе различных определений.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.2), ПК-3 (ПК-3.3)

2. Прочитайте текст задания. Продумайте логику и полноту ответа. Запишите ответ, используя точную формулировку.

В чем специфика менеджмента веб-проектов?

Время выполнения – 5 мин.

Ожидаемый результат: Ключевым понятием веб-проектирования является концепция, ко-торая включает в себя следующие компоненты: существующее или вновь организуемое издание (организация или инициативная группа лиц), которое представляет данный веб-проект; идеологию проекта, т.е. позицию (экологическая ниша) в медийном и информационно-коммуникативном пространстве; стратегию развития, что подразумевает не только разработку само-го проекта, но и планирование действий по отношению к конкурентам; конечные цели, достижению которых служит данный вебме-диа-ресурс. Контент – это все содержание конкретного сайта, которое вос-принимается рядовым посетителем в качестве такового. Контент – это не только тексты, но и все информативное наполнение сайта: картин-ки, фотографии, программы, скрипты, музыка, визуализированная струк-тура сайта. Трафик измеряется в посетителях и посещениях (хостах и хитах). Собственно, ради трафика и создаются веб-проекты. При управлении трафиком могут быть задействованы две разные стратегии. Первая – трафик максимизируется всеми доступными средствами, что приводит к созданию обширной, но разношерстной и разнородной аудитории, в которой (за счет массового охвата) присутствует и целевая аудитория. Осуществляется работа только на целевую аудиторию, посредством выхода на аудитории близких по тематике проек-тов и корпорирования с ними. Вторая стратегия не может дать быст-рые результаты и требует кропотливой, методичной раскрутки, зато обеспечивает необходимый качественный состав целевой аудитории, структурируемой веб-проектом. Дизайн предполагает не просто оформление сайта, а говорящее оформление сайта. Идеальный дизайн тот, который делает все эле-менты оформления страницы фигурой, тогда фоном становятся другие страницы.

Критерии оценивания: наличие в ответе конкретных примеров.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.3), ПК-3 (ПК-3.1)

3. Прочитайте текст задания. Продумайте логику и полноту ответа. Запишите ответ, используя точную формулировку.

В чем специфика SMART в планировании интернет-издания?

Время выполнения – 5 мин.

Ожидаемый результат: Метод SMART предложил эксперт в области стратегического планирования Джордж Доран. В 1981 году он описал метод в статье «S.M.A.R.T. – способ описания управленческих целей и задач» для журнала Management Review. SMART – один из самых известных методов в

менеджменте. На курсах по проектному менеджменту, управлению временем, общему менеджменту, управлению командами SMART часто изучают в самом начале. SMART – это метод, суть которого в том, что цели и задачи должны соответствовать пяти критериям. Эти пять критериев зашифрованы в аббревиатуре SMART: S – specific, конкретная; M – measurable, измеримая; A – achievable, достижимая; R – relevant, релевантная; T – time bound, ограниченная по времени. В широком смысле аббревиатура SMART расшифровывается как Standards Machine Applicable, Readable and Transferable – «стандарты, применимые для машин, читаемые машинами и передаваемые на машины». То есть это некие цифровые стандарты с совокупностью умных сервисов, которые имеют человекочитаемый компонент, но могут передаваться и пониматься машинами без его участия. Тиражи прессы продолжают стремительно падать, издательства отказываются от бумаги, развивая онлайн-версии СМИ. Но, кроме такой давно предсказанной трансформации, редакциям необходимо учитывать мультиплатформенную медийную среду, правильно выбирать каналы дистрибуции и менять подачу контента. Пользователь не только имеет дело с текстом, разделенным на различные фрагменты, связанные между собой в определенном логическом порядке (гипертекстуальность), но и тестами, имеющими разную природу. Такими фрагментами могут выступать аудио-, видео-, фотоматериалы (мультимедийность). С этими текстами он непрерывно взаимодействует, может прокомментировать содержание новостного сообщения, уточнить факты (интерактивность).

Критерии оценивания: наличие в ответе четких определений.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.3), ПК-3 (ПК-3.2)

Экспертное заключение

Представленный комплект оценочных материалов по дисциплине «Интернет-журналистика» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые оценочные материалы адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанные и представленные для экспертизы оценочные материалы рекомендуются к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению.

Председатель учебно-методической комиссии
института философии



Пидченко С.А.