

Київський університет імені Бориса Грінченка  
Кафедра журналістики та нових медіа

**ПРОГРАМА ІСПИТУ**

з дисципліни «Теорія і практика новітніх медій»

Курс	1 рік навчання в магістратурі (5 курс)
Спеціальність	061 «Журналістика»
Освітні програми:	Журналістика
Форма проведення	Комплексний іспит: 2 завдання (комбінований тест на платформі ЕНК з блоків «Планування діяльності конвергентних редакцій», та «Виробництво та просування телепроектів» і захист радіопроєкту з дисципліни «Створення та просування радіопроєктів»)
Тривалість проведення:	1 година+20 хв
Максимальна кількість балів:	40 балів (виконане завдання та пройдений тест) 20 тестів - 1 тестове питання – 1 бал 20 балів на проєкт: 20 балів за проєкт (захист проєкту - 5 балів, оформлення документації - 5 балів, відповідність проєкту нормам української літературної мови - 5 балів, відповідність технічним нормам редагування й монтажу проєкту - 5 балів).
Критерії оцінювання	40-38 – відмінний рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу з можливими, незначними недоліками 37-35 – достатньо високий рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу без суттєвих грубих помилок 34-30 – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок 29-25 – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності 24-20 – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь) 19-1 – незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання
Перелік допоміжних матеріалів	-
Орієнтовний перелік питань:	Перелік питань та орієнтовні тестові завдання див. нижче

Затверджено на засіданні кафедри журналістики та нових медіа, протокол №\_ від «\_\_»

\_\_\_\_\_.

Екзаменатори: \_\_\_\_\_ доц. Усенко Ю.В., доц. Г.Г. Южда, доц. Г.В. Безулік

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ доц. Гандзюк В.О.

**Питання до іспиту**  
з дисципліни  
«Теорія і практика новітніх медій»

1. Схарактеризуйте місце і роль журналістики в інформаційному суспільстві.
2. Поясніть що означає віртуальна реальність і медіа технології.
3. Поясніть типологію веб-видань.
4. Поясніть типологію сайтів.
5. Розкрийте сутність редакції інтернет-видання.
6. Поясніть що собою являє менеджмент веб-проектів.
7. Схарактеризуйте жанри в інтернет-журналістиці.
8. Схарактеризуйте робоче місце інтернет-журналіста.
9. Схарактеризуйте вимоги до обладнання робочого місця інтернет-журналіста.
10. Поясніть програмне забезпечення для інтернет-журналіста.
11. Розкрийте сутність типів структур сайтів.
12. Розкрийте сутність рекламних та рекламно-інформаційних Інтернет-видань.
13. Інтернет-журналістика: схарактеризуйте її специфіка та характерні риси.
14. Інформаційне суспільство: поняття та характеристика.
15. Проілюструйте власну публікацію, як джерело інформації.
16. Схарактеризуйте визначення мультимедійної журналістики, роль і місце в ЗМІ, характер функціонування.
17. Поясніть психологічні особливості веб-комунікації.
18. Сторінка доступу до даних (Web-сторінка) і її основні компоненти. Схарактеризуйте.
19. Проектування сайту: проаналізуйте принципи побудови системи навігації.
20. Дати визначення проектуванню сайту: карта сайту.
21. Тенденції розвитку ЗМІ. Характеристика.
22. Процеси дигіталізації в ЗМІ як фактор глобалізації. Пояснити.
23. Професійний образ мультимедійної журналістики. Пояснити.
24. Гіпертекст і мультимедіа як основа сучасного новинного сюжету. Дати визначення та проаналізувати.
25. Поясніть що означає сценарій мультимедіа.
26. Поясніть що означає комунікативні бар'єри нерозуміння.
27. Персональний комп'ютер у сучасних медіа. Проаналізувати.
28. Роль слухання у спілкуванні. Проаналізувати.
29. Проаналізувати природні і штучні мови в комунікаціях.
30. Поясніть що означають: усна публічна комунікація. Ділове усне публічне мовлення.
31. Поясніть вплив латентних функцій медіа на суспільну свідомість та свідомість

- особистості.
32. Поясніть використання складних тверджень із суперечностями між твердженнями медіа тексту.
  33. Поясніть маніпулятивний потенціал телевізійних політичних ток-шоу.
  34. Порівняльна характеристика основних технологій підсвідомого впливу на особистість.
  35. Поясніть вплив засобів масової інформації на формування особистості «з заданими властивостями».
  36. Поясніть правила культури спілкування в інформаційному суспільстві та методи захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації.
  37. Схарактеризувати сутність міжнародних актів з прав людини щодо свободи переконань та свободи одержувати і поширювати інформацію.
  38. Цифрові технології для новин. Схарактеризуйте.
  39. Цифрова репутація автора блогу. Схарактеризуйте.
  40. Поясніть, що означають виражальні засоби відео: авторська історія, художній образ, кадр, ракурс, мізансцена, монтаж, тощо.
  41. Поясніть взаємозв'язок концепцій соціальних технологій і комунікаційних технологій.
  42. Сугестивні технології рекламного впливу. Схарактеризуйте.
  43. Схарактеризуйте позитиви і негативи використання соціальних мультимедійних платформ в інтернет-проектах.
  44. Проаналізуйте способи та етапи просування інформаційного інтернет-ресурсу в соцмережах.
  45. Дайте визначення основним етапам розробки StartUp.
  46. Проаналізувати збір та аналіз інформації для запуску нового проекту.
  47. Схарактеризуйте концепцію Інтернет-проекту.
  48. Схарактеризуйте технічне завдання проекту.
  49. Проілюструйте бізнес-план проекту.
  50. Проаналізуйте причини трансформації класичних методів написання текстів в інтернет-журналістиці.
  51. Поясніть, що в сучасному телевиробництві називається телевізійним форматом.
  52. Назвіть основні складові концепції телевізійного формату.
  53. Розкажіть, якими є елементи сучасних телевізійних форматів.
  54. Поясніть, якими є вимоги до назви телепроекту.
  55. Розкажіть, якими є завдання та методи сучасних маркетингових телевізійних досліджень.
  56. Поясніть, як відбувається позиціонування телевізійних каналів.
  57. Розкажіть «правило трьох С».
  58. Поясніть, що називається цільовою аудиторією телевізійного каналу.
  59. Розкажіть, що є ядром цільової аудиторії каналу.
  60. Поясніть, що називають первинною цільовою аудиторією.
  61. Розкажіть, що є вторинною цільовою аудиторією.
  62. Назвіть соціально-демографічні характеристики аудиторії.
  63. Назвіть психографічні характеристики аудиторії.
  64. Поясніть основну ідею методики needscope.
  65. Назвіть та опишіть основні сегменти телевізійної аудиторії.
  66. Поясніть, що таке персональне телебачення та комунікація P2P.
  67. Розкажіть, як описується мотивація глядацької аудиторії.

68. Поясніть причини виникнення телевізійних вимірювань.
69. Дайте визначення телевізійного рейтингу.
70. Поясніть, що в телебаченні називається share.
71. Дайте визначення Affinity Index та поясніть, для чого він використовується.
72. Розкажіть, як відбувається конкуренція телепроектів в сучасному телевізійному ефірі.
73. Розкажіть, як сьогодні удосконалюють сучасні системи телевізійних вимірювань.
74. Поясніть значення програмної сітки телеканалу.
75. Назвіть базові прийоми програмування.
76. Розкажіть, що таке «візуальний референс» телевізійного проекту.
77. Поясніть, з чого складаються дизайн та оформлення телевізійних проектів.
78. Розкажіть, що в телебаченні називають «доповненою реальністю».
79. Назвіть сучасні способи просування телевізійних проектів.
80. Розкажіть, що таке цикл телевізійного виробництва.
81. Назвіть основні професії, безпосередньо задіяні у створенні телепрограми.

### Приблизний екзаменаційний тест

#### 1. Чого не можна робити за допомогою монтажу у сюжетах новин?

- а) прибирати зайві кадри;
- б) робити матеріал потрібного обсягу;
- в) підтверджувати інформацію, що звучить в тексті сюжету;
- г) поліпшувати синхрони;
- д) давати оцінку події.

#### 2. Чи мають відрізнятися тексти про ту ж саму новину, написані для телебачення, радіо, газети, Інтернет-видання?

- а) мають;
- б) ні;
- в) це не обов'язково.

#### 3. Що називається рейтингом телевізійної програми?

- а) відсоток аудиторії, яка дивилася телепрограму, по відношенню до усіх потенційних глядачів;
- б) відсоток аудиторії, яка дивилася телепрограму, по відношенню до глядачів, які в цей час увімкнули телевізор;
- в) індекс, який позначає відношення рейтингу за цільовою аудиторією до рейтингу за базовою аудиторією.

#### 4. Що називається Share телевізійної програми?

- а) відсоток аудиторії, яка дивилася телепрограму, по відношенню до усіх потенційних глядачів;
- б) відсоток аудиторії, яка дивилася телепрограму, по відношенню до глядачів, які в цей час увімкнули телевізор;
- в) індекс, який позначає відношення рейтингу за цільовою аудиторією до рейтингу за базовою аудиторією.

#### 5. Що називається індексом відповідності (Affinity Index) телевізійної програми?

- а) відсоток аудиторії, яка дивилася телепрограму, по відношенню до усіх потенційних глядачів;
- б) відсоток аудиторії, яка дивилася телепрограму, по відношенню до глядачів, які в цей час увімкнули телевізор;
- в) індекс, який позначає відношення рейтингу за цільовою аудиторією до рейтингу за базовою аудиторією.