

**Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства та
природокористування**

**Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту
Кафедра журналістики та українознавства**

06-10-45М

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання практичних завдань та самостійної роботи
з навчальної дисципліни «**Інтернет-журналістика**»
спеціальності «Журналістика» для здобувачів вищої
освіти першого (бакалавського) рівня за освітньо-
професійною програмою «Журналістика» «061
«Журналістика» денної та заочної форми навчання

Схвалено радою з якості
ННІЕМ
Протокол №
від 2021 року

Рівне-2021

Методичні вказівки до виконання практичних завдань та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Інтернет-журналістика» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою «Журналістика», 061 «Журналістика» денної та заочної форми навчання [Електронне видання] / Шинкарук А.Л. Рівне : НУВГП, 2021. 24 с.

Укладач: Шинкарук А.Л., кандидат політичних наук,
доцент

Рецензент: *О.А. Галич, д.філол.н., професор*

Відповідальний за випуск: Малевиц Л. Д., кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри українознавства

ЗМІСТ

1. ВИМОГИ ДО ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	9
2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	11
3. МЕТОДИ НАВЧАННЯ	22
4. ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ	22
5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	23

Вступ

Курс Інтернет-журналістика розробляється для оволодіння особливостями технологій та інструментів цифрового суспільства. Демократичні трансформації для сталого розвитку суспільства неможливі без вільних ЗМІ. Починаючи з 2016 року в Україні розпочався процес приватизації державних та державних ЗМІ (511 друкованих ЗМІ, а також телерадіокомпаній). Очікується, що це підвищить плюралізм думок, об'єктивність інформування читачів у всіх адміністративних одиницях країни. Сьогодні в більшості областей ці друковані ЗМІ є єдиним локальним джерелом інформації; їх разовий загальний тираж сягає 2,5 мільйонів примірників. Необхідність процесу поступового реформування відображається в законодавстві - перші кілька років засоби масової інформації будуть підтримуватися, їм доведеться використовувати робочі зони тощо. При цьому невідповідність персоналу працювати в ринкових умовах, низький рівень управління ЗМІ та відсутність практики використання цифрових технологій можуть призвести до закриття газет або перетворення їх як представників однієї точки зору влади та ретрансляторів однієї точки зору з боку регіональної економіки чи політичних еліт. У будь-якому випадку майже 15% усіх дорослих читачів країни, які перебувають у віддалених районах, можуть залишитися без джерела об'єктивної інформації.

Актуальність курсу. Цифрові інструменти для медіаграмотності суспільства та професійних медіа організацій стають життєво важливими для трансформації масових комунікацій у сучасному суспільстві. Оскільки користувач (читач, глядач) зараз розглядається як творець, якому потрібне критичне та креативне мислення, на думку авторів «Table stakes», ми опиняємось всередині глобального розповсюдження дезінформації, пропаганди та мови ненависті, що розповсюджується швидко на глобальних платформах, адаптованих до масштабів, а не до нюансів місцевої культури та спільноти».

Аня Кролл з Інституту Reuters визначила, що воля до співпраці з громадськістю все ще сильна серед журналістів, хоча настанови щодо цифрових інструментів для суспільства та журналістики в основному відсутні. «Цінність спільної творчості та співпраці з аудиторією в новинах полягає в тому, що їхні голоси стають частиною історії, а журналіст вже не є якимсь частковим коментатором. Зараз потрібна підтримка з боку управління, інвестиції для створення інфраструктури та вказівки для забезпечення ефективності співпраці з громадськістю в новинних редакціях, застосовуючи методи та інструменти для управління та перевірки даних. Найважливішими є журналістські цінності: фільтрувати, редагувати, перевіряти, упакувати, аналізувати та коментувати - основи перевірки, які існують десятиліттями та не застаріють».

У той же час перед Україною є такі виклики, як:

- швидке зростання використання соціальних комунікаційних технологій (мобільних, соціальних мереж тощо);
- відсутність інтересу та ресурсів місцевих медіа-компаній для створення цифрових інновацій;
- низька якість медіа та цифрової грамотності українського суспільства;
- зростання технологічних та політичних загроз у сфері соціальних комунікацій.

Українське суспільство за останні роки (з 2014 року по теперішній час) перебуває на межі нових медіа для психологічних воєн, пропаганди, політичних кампаній. Журналісти та місцеві ЗМІ відіграють вирішальну роль у цих умовах як джерела довірливої інформації та формування громадської думки. Основна увага в цифровій та медіа-грамотності в Україні для журналістів все ще зосереджена на цифровій безпеці, розслідуванні та журналістиці даних. Суспільство в основному зосереджене на використанні соціальних медіа, конфіденційності та перевірки джерел. Медіадизайн та мультимедійні проекти використовуються здебільшого великими медіакомпаніями, але рідко - місцевими ЗМІ. Тож залишається розрив - як прийняти та використовувати

цифрові інструменти (нові засоби масової інформації) для вдосконалення суспільства, а не для глибокої фальшивої демократії.

Анотація

Курс Інтернет-журналістика розроблено для оволодіння особливостями технологій та інструментів цифрового суспільства. Цифрові інструменти для медіаграмотності суспільства та професійних медіа організацій стають життєво важливими для трансформації масових комунікацій у сучасному суспільстві. Оскільки користувач (читач, глядач) зараз розглядається як творець, якому потрібне критичне та креативне мислення, ми опиняємось всередині глобального розповсюдження дезінформації, пропаганди та мови ненависті, що розповсюджується швидко на глобальних платформах, адаптованих до масштабів, а не до нюансів місцевої культури та спільноти». Українське суспільство за останні роки (з 2014 року по теперішній час) перебуває на межі нових медіа для психологічних воєн, пропаганди, політичних кампаній. Журналісти та місцеві ЗМІ відіграють вирішальну роль у цих умовах як джерела довірливої інформації та формування громадської думки. Основна увага в цифровій та медіаграмотності в Україні для журналістів все ще зосереджена на цифровій безпеці, розслідуванні та журналістичі даних. Суспільство в основному зосереджене на використанні соціальних медіа, конфіденційності та перевірки джерел. Медіадизайн та мультимедійні проекти використовуються здебільшого великими медіакомпаніями, але рідко - місцевими ЗМІ. Тож залишається розрив - як прийняти та використовувати цифрові інструменти (нові засоби масової інформації) для вдосконалення суспільства, а не для глибокої фальшивої демократії.

Ключові слова: цифрові медіа, інтернет, журналістика, верифікація, сторітеллінг, відео, мультимедіа, проекти, медіавиробництво

Abstract

Democratic transformations for sustainable development of society are impossible without free media. Starting in 2016, the process of privatization of public and state-owned media began in Ukraine (511 print media, as well as television and radio companies). It is expected that it will increase the pluralism of opinions, the objectivity of informing readers in all administrative units of the country. Today, in most areas, these print media are the only local source of information; their one-time total circulation reaches 2.5 million copies. The need for a gradual reform process is reflected in the legislation - the first few years the media will be supported, they will have to use the working areas, etc. At the same time, the unpreparedness of staff to work in market conditions, the low level of media management and the lack of practice in using digital technologies can lead to closing newspapers or turning them as representatives of one point of view of authorities and repeaters of one point of view from regional economy or political elites. In any case, almost 15% of all adult readers of the country who are in remote areas may be left without a source of objective information.

Digital tools for media literacy of society and professional media organizations become vitally for transformations of mass communications in modern society. As the user (reader, spectator) is considered now as a creator who needs critical and creative thinking, according to “Table Stakes” authors “we find ourselves in the midst of a global proliferation of misinformation, disinformation, propaganda and hate speech, spreading rapidly across global platforms adapted to scale and not the nuances of local culture and community”.

Anja Kroll from Reuters Institute defined that the will to collaborate with the public is still strong among journalists though the guidelines to digital tools for society and journalism are largely missing. “The value of co-creating and collaborating with the audience on news, is that their voices are becoming part the story, and the journalist is no longer some sort of patrician commentator. What is needed now is support from management, the investment to create an infrastructure, and guidelines to enable effective collaboration and co-creation with the public in newsrooms, applying

techniques and tools to manage and verify the data. What remains vital are the core values of journalism: to filter, edit, check, pack, analyse, and comment – fundamentals of verification that have existed for decades and won't become obsolete”

At the same time Ukraine has the following challenges as:

- Rapid growth of usage of social communications technologies (mobile, social networks etc.)
- Lack of interest and resources of local media companies to create digital innovations
- Low quality of media and digital literacy of Ukrainian society
- Increase of technological and political threats in social communication sphere

Ukrainian society for the last years (since 2014 till now) is at the edge of new media applications for psywars, propaganda, political campaigns. Journalists and local media play crucial role in these conditions as the sources of trustful information and public opinion formation. Basic attention in digital and media literacy in Ukraine for journalists still focused on digital security, investigative and data journalism. Society is mostly concentrated on social media usage, privacy and verification of sources. Media design and multimedia projects are used mostly by large media companies but rarely by local media. So the gap remains – how to adopt and to use digital tools (new media) for society improvement, not for deep faking democracy.

Keywords: digital media, internet, journalism, verification, stitling, video, multimedia, projects, media production

1. ВИМОГИ ДО ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Програма обов'язкової навчальної дисципліни «Інтернет-журналістика» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалавра спеціальності «Журналістика». Вимоги до знань та умінь визначаються галузевим стандартом вищої освіти України.

Мета вивчення курсу:

- познайомити студентів із особливостями роботи цифрової редакції та використання цифрових інструментів журналістами.

Основними завданнями курсу є:

- ознайомити студентів з широким спектром практичних інструментів;
- порівняти формати цифрових журналістських продуктів;
- навчити студентів верифікувати дані;
- розкрити особливості цифрового сторітеллінгу та мультимедіа;
- з'ясувати специфіку цифрового розслідування;
- зформувати у студентів цифровий бренд редакції, журналіста, аудиторії.

У процесі викладання курсу передбачено формування таких *компетенцій*: здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, пошуку та опрацювання інформації з різних джерел; здатність знаходити актуальну тему, формувати інформаційний контент, створювати різножанровий та соціально диференційований інформаційний продукт; здатність ефективно просувати створений журналістський продукт, проводити дослідження для його промоції; здатність розвивати й підтримувати на якісному рівні творчі навички та публіцистичну майстерність; здатність науково-критично осмислювати традиційні та новітні концепції масової комунікації на межі предметних галузей журналістики, реклами, ПР та літературного й галузевого редагування; здійснювати прогнози розвитку новітніх медіа у контексті інформаційних процесів у світі; практикувати, відтворюючи інформаційні та комунікаційні технології, спілкування з представниками інших професійних

груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів суспільної діяльності); координувати виконання індивідуального завдання із завданнями колег;

У результаті освоєння дисципліни студенти повинні:

- застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції;
- виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел, дотримуючись принципів і правил безпечної діяльності;
- використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань;
- генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації;
- створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення;
- розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.

Методичні вказівки містять перелік тем практичних занять та завдань для самостійної роботи з курсу «Інтернет-журналістика», які має опрацювати студент, списки рекомендованої літератури (основної та допоміжної).

Міждисциплінарні зв'язки. Навчальний курс «Інтернет-журналістика» є складовою частиною циклу дисциплін загальної (фундаментальної) та професійної (фахової) підготовки студентів за спеціальністю 061 «Журналістика». Його вивчення передбачає наявність системних та ґрунтовних знань з курсів – «Основи журналістики», «Теорія і практика журналістської творчості», «Художньо-публіцистичні жанри», «Авторське редагування», «Теле-, радіожурналістика» «Прикладна мас-медійна логіка», «Менеджмент і маркетинг ЗМІ» – та цілеспрямоване засвоєння спеціальної літератури,

активну роботу на лекціях і практичних заняттях, виконання науково-дослідницьких та творчих завдань самостійної роботи.

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Основи цифрової журналістики.

Навички, необхідні кожному журналісту в цифрову епоху. Особливості широкого спектру практичних інструментів. Розширений пошук. Google Alerts. Google Scholar: доступ до судових справ, наукових праць та джерел. Архів новин: доступ до минулого. Зворотний пошук зображень: перевірка фотографій. Перегляд вулиць Google: перевірка зображень. Карти: покажіть, де відбуваються історії. Тенденції в пошуку Google, новинах Google та YouTube. Google Trends: розуміння даних. Google Translate. Голосове введення: аудіо за допомогою Документів Google. Дозволи: Джерело даних Google

Практичне завдання 1.1. Google News Fundamentals

Обрати практичну тему для роботи у цифрових медіа.

Для початку знайомимось (вдосконалюємо) знання про механізми пошуку інформації (сповіщення, тренди, переклад тощо). Необхідно зареєструватись і ознайомитись з матеріалами [GNI](#). Після кожної теми пройти тест.

Література:

GNI Fundamentals URL:

<https://newsinitiative.withgoogle.com/training/course/fundamentals> (дата звернення 10.10.2020)

Тема 2. Цифрові журналістські продукти та проектний менеджмент.

Формати цифрових журналістських продуктів. Мобільна журналістика. Сторітеллінг. Потреба у продуктовому менеджменті в медіа. Використання Slack та інших інструментів в редакції.

Практичне завдання 2.1.

Для обраних вами фотографій, відео та текстових повідомлень по тематиці роботи визначити першоджерела новин. Створити звіт (скріншоти, посилання) з результатами. Наприклад, оригінальний пост, фото або відео (посилання), де опубліковано, коли (найраніше), ким, де було поширено, ким підтверджено або спростовано. Чи використовувались ці матеріали в інших джерелах з іншою метою.

Встановити додатки для браузера Хром (зазначені в матеріалах) для швидшої роботи.

Література:

Better News URL: <https://betternews.org/> (дата звернення 10.10.2020)

Тема 3. Верифікація в цифровій журналістиці

Методи економії часу для перевірки достовірності та точності зображень, відео та звітів, які ви знайдете в соціальних мережах та інших місцях в Інтернеті. Перевірка: розширений пошук зображення. Підтвердження: додатки та розширення Chrome. Google Планета Земля: точні локації очевидців. Підтвердження: пошук зображень Google. Google Translate: перевірка вмісту на 100+ мовах.

Практичне завдання 3.1. Налаштування власної безпеки

Перевірка налаштувань власної безпеки URL:

<https://myaccount.google.com/security?nrl=1> (дата звернення 10.10.2020)

Інші налаштування приватності гугл-акаунта

Facebook - Конфіденційність та безпека URL:

https://www.facebook.com/help/238318146535333?helpref=hc_global_nav (дата звернення 10.10.2020)

Instagram URL: <https://help.instagram.com/369001149843369> (дата звернення 10.10.2020)

Які інші платформи ви використовуєте? Які там вимоги та налаштування безпеки?

Література:

GNIVerificationURL:

<https://newsinitiative.withgoogle.com/training/course/verification>

(дата звернення 10.10.2020)

Тема 4. Безпека і особисті дані.

Як захистити себе та свою журналістську організацію від злому, цифрових атак та цензури. Проект Щит: Захист від цифрової цензури. Двоетапна перевірка: більш висока безпека для облікового запису. Google Сповідання пароля: захист від крадіжки пароля. Розширена програма захисту: найсильніша безпека для облікового запису.

Література:

GNI Safety and Security URL:

<https://newsinitiative.withgoogle.com/training/course/safety-and-security> (дата звернення 10.10.2020)

Тема 5. Цифровий сторітелінг

Перетворення слів та формування аудиторії динамічними, інтерактивними та захоплюючими візуальними зображеннями. Історичні зображення Google: Google Планета Земля, Карти та Timelapse. Карта кризи Google: Діаграма катастрофи та її реакція. Цифрова верстка: tilda, readymag. Цифрові екскурсії.

Практичне завдання 4.1. Youtube. Перші кроки

Робота з Youtube Creator Academy (відео з субтитрами, є опис під відео російською мовою)

ВАЖЛИВО: після проходження необхідно здати тест, його скріншот закинути в папку по І-журналістиці.

Перші кроки URL:

<https://creatoracademy.youtube.com/page/course/bootcamp-foundations?hl=ru> (дата звернення 10.10.2020)

Створення відео (для початківців, можна продовжити там є інші рівні)

Перед зйомкою URL:

<https://creatoracademy.youtube.com/page/course/production-planning?hl=ru>(дата звернення 10.10.2020)

Під час зйомки URL:

<https://creatoracademy.youtube.com/page/course/camera-lighting?hl=ru>(дата звернення 10.10.2020)

Після зйомки URL:

<https://creatoracademy.youtube.com/page/course/post-production?hl=ru>(дата звернення 10.10.2020)

Практичне завдання 4.2. Смартфон-відео

Зйомка і редагування відео в смартфоні

Обрати додаток для зйомки та редагування відео.

Зробити відеосюжет-репортаж на довільну тематику або по обраній вами темі і опублікувати на власному Youtube-каналі.

Література:

Перші кроки URL:

<https://creatoracademy.youtube.com/page/course/bootcamp-foundations?hl=ru> (дата звернення 10.10.2020)

Перед зйомкою URL:

<https://creatoracademy.youtube.com/page/course/production-planning?hl=ru> (дата звернення 10.10.2020)

Під час зйомки URL:

<https://creatoracademy.youtube.com/page/course/camera-lighting?hl=ru> (дата звернення 10.10.2020)

Після зйомки URL:

<https://creatoracademy.youtube.com/page/course/post-production?hl=ru> (дата звернення 10.10.2020)

Тема 6. Мультимедійна журналістика

YouTube: засіб розповіді. Лінійні та нелінійні історії. Академія творців YouTube. Створення відео, публікація і редагування онлайн. Прямі трансляції на Youtube, Facebook, Instagram. Формат stories. Створення каналів та спільнот. Редагування фотографій онлайн: canva, crello. Додана реальність та віртуальна реальність для журналістики.

Практичне завдання 6.1. Скрінкасти

Скрінкасти (запис екрану і відеогляди онлайн ресурсів - Loom, Nimbus)

Обрати додаток для Chrome для запису екрану, протестувати їх особливості. Створити огляд-скрінкаст по вашій темі.

Практичне завдання 6.2. Youtube. Стратегія, бізнес та оптимізація

Робота з Youtube Creator Academy (відео з субтитрами, є опис під відео)

ВАЖЛИВО: після проходження необхідно здати тест, його скріншот закинете в папку по І-журналістиці.

Стратегія, бізнес та оптимізація.

- Створення привабливого контенту URL:

<https://creatoracademy.youtube.com/page/course/great-content?hl=ru>
(дата звернення 10.10.2020)

Практичне завдання 6.3. Прямі трансляції

Зйомка прямих трансляцій у Google/Facebook/Instagram

URL:

<https://creatoracademy.youtube.com/page/course/livestream?hl=ru> (дата звернення 10.10.2020)

Facebook URL:

https://www.facebook.com/help/587160588142067?locale=ru_RU
(дата звернення 10.10.2020)

Instagram URL: <https://help.instagram.com/292478487812558>

Зробити стрім на обрану вами тематику - запис відео на події/локації. Опублікувати. Надіслати посилання.

Матеріали Google News Initiative URL:

<https://newsinitiative.withgoogle.com/training/course/multimedia-storytelling> (дата звернення 10.10.2020)

Література:

GNI Multimedia

Storytelling <https://newsinitiative.withgoogle.com/training/course/multimedia-storytelling> (дата звернення 10.10.2020)

Тема 7. Журналістика даних

Пошук, аналіз, інтерпретація та візуалізація даних. Таблиці Google: вилучення даних з Інтернету. Очищення даних. Візуалізація даних. Студія даних: інтерактивні візуалізації даних. Google Data GIF Maker Вступ до тилеграм. Шаблони візуалізації даних Public Data Explorer: доступ до світу даних. Google Trends: покращення результатів пошуку. Огляди Google. Інфографіка: infogram, piktochart

Література:

GNI Data Journalism URL:

<https://newsinitiative.withgoogle.com/training/course/data-journalism> (датазвернення 10.10.2020)

Тема 8. Цифрова розслідувальна журналістика

Інтернет-джерела про судові справи, закупівлі, публічні дані та архіви новин. Підвищення ефективності журналістських досліджень. Основи перевірки. Перевірка контенту, отриманого від читачів. Перевірка зображень і відео. Побудова процесу верифікації. Bellingcat.

Практичне завдання 8.1. Інфографіка

Створення інфографіки по тематиці власної роботи (кримінал, культура і т.д.) у одному з сервісів

Infogram

Piktochart

Visme

Посилання надіслати та зберегти у портфоліо

Практичне завдання 8.2. Створення карт Google

Які дані з ваших робіт можна відобразити на карті - маршрути, фото, посилання? Що ще?

Практичне завдання 8.3. Bellingcat і "4 влада"

Знайомство з матеріалами видання Bellingcat URL:

<https://ru.bellingcat.com/category/novosti/ukraine/>

Оберіть історії, в яких використано цифрові інструменти - карти, соціальні мережі, Instagram, Youtube.
Занотуйте статтю і ваші враження у відповіді.

Порівняйте з використанням цифрових інструментів для розслідувань місцевими журналістами (з Рівного та інших міст України - Схеми, Бігус.інфо, Uchoose

Практичне завдання 8.4. "Польове" дослідження теми

Відповідно до обраної теми (+лекція з верифікації) дослідити і створити статтю-розслідування про подію, людей, що були там, їх діяльність, зв'язки, транспорт і витрати (якщо є).

Наприклад, в темі "культура" це може бути дослідження рекламних бюджетів онлайн, оцінка аудиторії, закупівлі через тендери (сайт Прозорро і подібні), порівняння витрат і цін на концерти тощо.

В темі "кримінал" це можуть бути питання власності, відкриті реєстри, родичі осіб, про яких пишуть тощо.

Практичне завдання 8.5. Google Maps / Earth

Використати Google Maps / Earth для дослідження змін і впливу людини на середовище, зміна розмірів міст, вирубка лісів, зміна територій під час війни тощо. Зробити декілька скріншотів в портфоліо з описом.

Література:

GNIInvestigative ReportingURL:

<https://newsinitiative.withgoogle.com/training/course/investigative-reporting> (дата звернення 10.10.2020)

Тема 9. Цифрова екологічна журналістика.

Геоінструменти Google. Інструменти створення Google Планета Земля. Вступ до Google Earth Studio. Timelapse Google Earth: спостереження за змінами. Global Forest Watch. Global Fishing Watch.

Література:

GNI Environmental Journalism URL:

<https://newsinitiative.withgoogle.com/training/course/environmental-journalism> (датазвернення 10.10.2020)

Тема 10. Публікація і монетизація в цифровій журналістиці.

Як відкривати нові цифрові потоки доходу та оптимізувати вміст для цифрової аудиторії. Вступ до реклами для новин. AdSense: Початок роботи: оптимізація показу реклами AdSense. Новини Google: заявка на публікацію. Опитування та зворотний зв'язок. Google Думка. Публікація з AMP. Реклама у Facebook.

Практичне завдання 10.1. Youtube. Оптимізація

1. Просування каналу URL:

<https://creatoracademy.youtube.com/page/course/get-discovered?hl=ru>(дата звернення 10.10.2020)

2. Відслідковування статистики URL:

<https://creatoracademy.youtube.com/page/course/analytics-series?hl=ru>(дата звернення 10.10.2020)

3. Розвиток спільноти URL:

<https://creatoracademy.youtube.com/page/course/fans?hl=ru>(дата звернення 10.10.2020)

ЗАВДАННЯ.

Прослухати запропоновані матеріали, пройти тест.

Створити власний канал на Youtube (подумати над оформленням, назвою, списками відтворення, наповненням тощо).

Скласти план просування власного каналу.

Література:

Facebook Courses for Journalists URL:

<https://www.facebook.com/business/e/courses/journalists>
(датазвернення 10.10.2020)

Publishing and Monetization URL:

<https://newsinitiative.withgoogle.com/training/course/publishing-and-monetization> (датазвернення 10.10.2020)

Тема 11. Цифрові аудиторії та особистий брендинг журналіста

Цифрова аналітика Google. Як оптимізувати вміст новин для аудиторій. Цільова аудиторія. Оцінка прогалін у редакції. Цільова аудиторія: міри успіху та відстеження прогресу. Відстежування конкурентів. Особистий цифровий бренд журналістів та редакцій. Соціально-медійне планування та оптимізація.

Практичне завдання 11.1 Цифрова верстка: tilda, readymag Завдання.

1) Ознайомитись з навчальними матеріалами по цифровій верстці на платформі Tilda.

Як створити вебсайт? URL: <https://tilda.education/how-to-build-website>(дата звернення 10.10.2020)

Як написати текст для лендінгу? URL: <https://tilda.education/articles-how-to-write-text-for-landing>(дата звернення 10.10.2020)

Який контент потрібен? URL: <https://tilda.education/articles-content-first>(дата звернення 10.10.2020)

Які фотографії підібрати? URL: <https://tilda.education/articles-how-to-look-for-stock-photos>(дата звернення 10.10.2020)

Як написати текст для вебсайта? URL: <https://tilda.education/articles-how-to-write-text-for-website>(дата звернення 10.10.2020)

Як написати статтю для вебсайту? URL: <https://tilda.education/articles-how-to-make-articles-on-tilda>(дата звернення 10.10.2020)

Односторінковий сайт URL: <http://tilda.education/tutorialsonepagesite>(дата звернення 10.10.2020)

Блог URL: <http://tilda.education/tutorialsblog>(дата звернення 10.10.2020)

Стаття URL: <http://tilda.education/tutorialarticle>(дата звернення 10.10.2020)

Лонгрід URL: <http://tilda.education/tutorialslongread>(дата звернення 10.10.2020)

2) Створіть для теми вашої роботи по курсу Інтернет журналістика односторінковий лонгрід-статтю на Tilda - має містити зображення, текст та відео відібрані вами на попередніх завданнях.

Додатково: URL: <https://almanac-rus.readymag.com/>

Практичне завдання 11.2. Facebook, Instagram. Формат stories. Створення каналів та спільнот.

Завдання.

1) Для вашої тематики створити сторінку та спільноту на Фейсбук.

Оформіть її відповідно до вашої тематики.

- аватарка
- обкладинка
- які публікації будете планувати? тексти, фото, відео.
- які сторінки оберете для спільноти?
- як буде називатись і чи потрібна спільнота?
- як публікувати прямі трансляції та історії від сторінки

2) Для вашої тематики створити бізнес-сторінку (не особисту) на Інстаграмі.

- аватарка
- обкладинка
- які публікації будете планувати? тексти, фото, відео.
- які сторінки оберете для спільноти?
- як буде називатись і чи потрібна спільнота?
- як публікувати прямі трансляції та історії від сторінки
- як встановити зв'язок з сторінкою на Фейсбук?

Посилання на ваші проекти запишіть у форму

Практичне завдання 11.3. Редагування фотографій онлайн: canva, crello.

Завдання

URL: <https://crello.com/uk/tutorials/> (дата звернення 10.10.2020)

URL: <https://designschool.canva.com/>(дата звернення 10.10.2020)

- 1) створити обкладинку для вашого каналу Youtube, сторінки Facebook з використанням сервісів crello або canva. Записати посилання на ваше зображення на вказаних сервісах.
- 2) створити зображення на посту на Instagram (квадрат)
- 3) створити постер А3 по вашій тематиці

Практичне завдання 11.4. Реклама на Facebook / Instagram / Google. Визначення розміру аудиторії видання

Використовуючи інструмент URL:

<https://www.facebook.com/business/insights/tools/audience-insights>
(дата звернення 10.10.2020)

провести аналіз розміру аудиторії ваших матеріалів.

- визначити вік, стать, місце проживання потенційних споживачів ваших новин.
- порівняти з розмірами подібних аудиторій в інших містах

Результати роботи розмістити в портфоліо (скріншоти, короткі описи).

Практичне завдання 11.5. Створення макетів рекламних повідомлень

Створити макет рекламного повідомлення для Facebook URL:

<https://www.facebook.com/adsmanager/creation>

для різних варіантів:

- впізнаваність
 - розгляд
 - конверсія
- Як відрізняється формат оформлення і вартість таких оголошень?

Зробити скріншоти.

Практичне завдання 11.6. Дослідження кращих практик використання соціальних медіа журналістами

Обрати одного українського журналіста. Визначити його/її присутність в соціальних медіа.

Дослідити публікації, фото, стиль оформлення сторінки у Facebook, Instagram, Youtube.

Скріншоти розмістити в портфоліо.

Література:

Facebook for Journalists Certificate URL:

<https://www.facebookblueprint.com//student/path/185728-facebook-for-journalists-certificate-russian> (датазвернення 10.10.2020)

3. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Основними методами навчання є: лекції, тренінги, ситуаційні завдання, ділові ігри, практичні завдання, наукова робота, провокаційні запитання.

4. ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ

Оцінювання результатів поточної роботи (завдань, що виконуються на практичних, семінарських, лабораторних, індивідуальних заняттях та консультаціях, результати самостійної роботи студентів) проводиться за такими критеріями:

Розрахункові завдання, задачі, лабораторні роботи (у % від кількості балів, виділених на завдання із заокругленням до цілого числа):

0% – завдання не виконано;

40% – завдання виконано частково та містить суттєві помилки методичного або розрахункового характеру;

60% – завдання виконано повністю, але містить суттєві помилки у розрахунках або в методиці;

80% – завдання виконано повністю і вчасно, проте містить окремі несуттєві недоліки (розмірності, висновки, оформлення тощо);

100% – завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень. Ситуаційні вправи, конкретні ситуації та інші завдання творчого

характеру (у % від кількості балів, виділених на завдання із заокругленням до цілого числа):

0% – завдання не виконано;

40% – завдання виконано частково, висновки не аргументовані і не конкретні, звіт підготовлено недбало;

60% – завдання виконано повністю, висновки містять окремі недоліки, судження студента не достатньо аргументовані, звіт підготовлено з незначним відхиленням від вимог;

80% – завдання виконано повністю і вчасно, проте містить окремі несуттєві недоліки не системного характеру;

100% – завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень. Підсумкові оцінки з навчальної дисципліни «Технології публічного управління» виставляються студентам за сумарною кількістю набраних балів, отриманих в результаті поточного контролю.

Позитивні оцінки виставляються тільки тим студентам, які виконали всі види навчальної роботи, передбачені робочою програмою навчальної дисципліни і набрали за результатами поточного контролю не менше 60 балів.

5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Базова

1. Bradshaw P. The Online Journalism Handbook Skills to Survive and Thrive in the Digital Age, 2nd Edition URL: <https://routledge-textbooks.com/textbooks/9781138791565/> (дата звернення: 10.10.2020).
2. Digital Journalism Trainers Manual URL: <https://www.irex.org/resource/digital-journalism-trainers-manual> (дата звернення: 10.10.2020)
3. Data Handbook 2 URL: <https://datajournalism.com/read/handbook/two> (дата звернення: 10.10.2020)
4. Mobile Journalism. The guide for reporters and newsrooms. (n.d.). URL: <http://www.mojo-manual.org/> (дата звернення: 10.10.2020)
5. YouTube Creator Academy URL: <https://creatoracademy.youtube.com/page/home> (дата звернення: 10.10.2020)

6. Амзин А. Новостная интернет-журналистика URL: <http://alex-alex.ru/nij/NIJ-2-20131006.pdf> (дата звернення: 10.10.2020)
7. Посібник з верифікації: Головна URL: http://verificationhandbook.com/book_ua/ (дата звернення: 10.10.2020)
8. Тонкіх І. Ю. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті: навчальний посібник. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017. URL: http://eir.zp.edu.ua/bitstream/123456789/2669/1/Tonkikh_Internet-Journalism.pdf (дата звернення: 10.10.2020)

Допоміжна

1. Transmedia Storytelling: Narrative worlds, emerging technologies, and global audiences URL: <https://ru.coursera.org/learn/transmedia-storytelling#syllabuspdf> (дата звернення: 10.10.2020)
2. Мультимедійна журналістика : сб. науч. тр. Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 1–2 марта 2018 г. / БГУ, Институт журналистики, каф. медиалогии и веб-журналистики; под общ. ред. В. П. Воробьева. Минск : Изд. центр БГУ, 2018. 350 с. URL: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/192519?offset=20> (дата звернення: 10.10.2020)
3. Better News URL: <https://betternews.org/pdf> (дата звернення: 10.10.2020)
4. Google News Initiative Training Center URL: <https://newsinitiative.withgoogle.com/training/courses> (дата звернення: 10.10.2020)