

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЛГПУ»)

Институт филологии и социальных коммуникаций
Кафедра журналистики и издательского дела

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института филологии
и социальных коммуникаций

Перетятая О.С.
« 12 » декабря 2024 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине
Журналистика в мультимедийной среде

Направление подготовки 42.04.02 Журналистика (уровень магистратура)
Квалификация выпускника – магистр
Форма обучения – очная, заочная
Курс – ОФО - 2 курс (3 семестр), ЗФО – 2 курс (5 триместр)

Разработчик
канд. филос. н., доцент Серостанова О.Б.

Заведующий кафедрой журналистики
и издательского дела

Куянцева Е.А.
« 11 » декабря 2024 г., протокол № 1

Луганск, 2024

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины «Журналистика в мультимедийной среде» и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений студентов, освоивших программу дисциплины.

1.2. Цели и задачи фонда оценочных средств

Цель ФОС – установить соответствие уровня подготовки обучающегося требованиям ФГОС ВО магистратура по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 529 и Профессиональным стандартом, утвержденный Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Об утверждении профессионального стандарта» от 4 августа 2014 г. № 538н.

1.3 Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения основной образовательной программы

Процесс освоения дисциплины направлен на овладение следующих компетенций и индикаторов их достижения:

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения
Общепрофессиональные	
ОПК-3	1.3_М.ОПК-3. Учитывает в профессиональной деятельности этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса. 1.4_М.ОПК-3. Демонстрирует разноплановую эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах.

1.4. Этапы формирования компетенций и средства оценивания уровня их сформированности

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
Тема 1. Журналистика в новой цифровой среде	ОПК-3	Доклад. Презентация. Устный опрос. Конспект
Тема 2. Профессиональные роли журналиста в эпоху мультимедийности	ОПК-3	Доклад. Презентация. Устный опрос. Конспект
Тема 3. «Цифровой портрет» аудитории современных СМИ	ОПК-3	Доклад. Презентация. Устный опрос
Тема 4. О многообразии жанров и форматов в мультимедийной среде	ОПК-3	Доклад. Презентация. Устный опрос. Конспект
Тема 5. Инструменты мультимедийного журналиста	ОПК-3	Доклад. Презентация. Устный опрос. Конспект.
Тема 6. Нарративные стратегии и сторителлинг	ОПК-3	Доклад. Презентация. Устный опрос. Конспект
Тема 7. Проблема работы журналиста в социальной сети	ОПК-3	Доклад. Презентация. Устный опрос. Конспект
Текущая аттестация	ОПК-3	Контрольная работа
Промежуточная аттестация	ОПК-3	Экзамен

1.5 Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Результаты сформированности
ОПК-3	Знает специфику наиболее распространенных форматов представления информации;

	<p>умеет публично представлять результаты своей работы, работать в группе по сформулированной редакционной сферах с учетом распределения обязанностей;</p> <p>владеет методами создания мультимедийных продуктов разного формата, жанра, сложности, аудиторных запросов</p>
--	---

1.6. Критерии оценивания компетенций на разных этапах их формирования

Вид учебной работы 2 курс (3 семестр) / (5 триместр)	Количество баллов	
	ОФО	ЗФО
Ответы на семинарских занятиях	36x14=42	40
Проверочная контрольная работа	10	0
Самостоятельная работа	28	40
Экзамен	20	20
Всего	100	100

Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбалльная система оценивания экзамена	100-балльная шкала	Буквенная шкала, соответствующая 100-балльной шкале	Система оценивания зачета
Отлично	90–100	А – отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	Зачтено
Хорошо	83–89	В – очень хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному	
Хорошо	75–82	С – хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	
Удовлетворительно	63–74	Д – удовлетворительно – теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, содержат ошибки	
Удовлетворительно	50–62	Е – посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично; некоторые практические	

		навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	
Неудовлетворительно	21–49	FX – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы не сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	Не зачтено
Неудовлетворительно	0–20	F – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено; необходимые практические навыки работы не сформированы; все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий	

2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

2.1. Оценочные средства текущего контроля

Вопросы для устного опроса

1. Основные требования к мультимедийным материалам.
2. Изучить понятия «Цифровой портрет» и технологии, используемые для его создания.
3. Основные мультимедийные жанры и форматы: интерактивные элементы: игры, приложения и т. д.
4. Аудио и видео материалы: новости, реклама, кино и т. д.
5. Письменные/визуальные материалы: блоги, статьи, комиксы и т. д.
6. Мультимедийное искусство: видео-инсталляции, интерактивные выставки и т. д.
7. Мультимедийный журнализм: определение, направления, цели и принципы.
8. Инструменты мультимедийного журналиста: типы, особенности, возможности и ограничения.
9. Основные типы нарративных стратегий и элементов сторителлинга.
10. Определение социальных медиа и их роли в журналистике.
11. Важность этических принципов в работе журналиста в социальных медиа.
12. Проблемы публикации личной информации, такой как адрес, телефонный номер, личные фотографии и т.д.
13. Проблема фейковых новостей, ложной информации и манипулятивной информации в социальных медиа.
14. Соблюдение принципа уважения к субъектам информации.
15. Принцип справедливости и баланса в интервью и комментариях.

Практические задания (типовые задания)

1. Создать мультимедийную презентацию на тему по сфере вашей профессиональной деятельности, используя программы PowerPoint или Prezi. Можно использовать фотографии, видео, аудио, графику и другие элементы для создания интерактивной и понятной презентации.

2. Создать видеоролик на тему, связанную с журналистикой. Видеоролик может содержать интервью, сюжетные материалы, графические элементы, аудиоинтервью, подписи и другие художественные и информационные элементы.

3. Создать мультимедийный блог на определенную тему (по выбору магистранта). Блог должен содержать следующие элементы: текстовые записи, фотографии, видео, аудиозаписи и другие элементы для создания понятного и интерактивного блога, который читатели смогут легко просматривать и заинтересоваться.

Типовые задания для контрольной проверочной работы

1. Дайте определение понятиям: *арсакустика, реверберация, эвфония, радиогазета, РОСТА, какофония, стилизация под формат.*

2. Назовите характерные свойства современной разговорной речи на радио.

3. Назовите и определите функционально-стилистическую, композиционную роль средств разговорной речи, использованных в следующих вступительных фрагментах радиоэкскурсий:

✓ *«Конец 50-х – начало 60-х. Оттепель. Время надежд. Двадцатый съезд, разоблачение культа личности. Время, когда страх отступил, и советские люди, задавленные сталинской государственной машиной, получили глоток воздуха, учились жить заново. Всего около десяти лет продолжалось это благословенное для многих время, но сколько важнейших для человечества и поворотных для мира событий вместила в себя эта удивительная эпоха с таким "говорящим" названием - "Оттепель"»;*

✓ *«Подводный мир Русалочки и бесконечная анфилада китайского императорского дворца, таинственный шум морского прибоя и пение Соловья, незабываемая атмосфера сказок "Дикие лебеди" и "Новое платье короля" - все эти волшебные миры иллюстраций выдающегося российского художника Анатолия Зверева ждут вас в экспозиции "[Сказки Андерсена](#)". Исследователи творчества Зверева сравнивают его с Матиссом и Пикассо, создавшими знаменитую "книгу художника"».*

4. Назовите особенности продуктивных формул, использованных при построении следующих слоганов радиостанций: *«Серебряный Дождь. Умное радио»; «Эхо Москвы. Свободное радио для свободных людей»; «Экофонд Радио. Экологически чистая музыка»; «Ретро ФМ. Подпевай!»; «Европа Плюс. Музыкайф»; «Авторадио. Для тех, кто в пути».*

2.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену

1. Понятие мультимедийного журнализма: определение, направления, цели и принципы.

2. Инструменты мультимедийного журналиста: типы, особенности, возможности и ограничения.

3. Типы нарративных стратегий и элементов сторителлинга.

4. Определение социальных медиа и их роли в журналистике.

5. Важность этических принципов в работе журналиста в социальных медиа.

6. Рекомендации по мерам осторожности при сборе информации из социальных медиа.

7. Проблема фейковых новостей, ложной информации и манипулятивной информации в социальных медиа.

8. Какие существуют методы проверки достоверности информации перед её публикацией.

9. Новые стороны характера и деятельности автора мультимедийного текста.

10. К определению понятия «писательская публицистика».

11. Социальные сети как предмет медиаисследований.

12. Коммуникативно-прагматические особенности бытования писательской публицистики в онлайн социальных сетях.
13. Феноменология текста в публицистике.
14. Автор публицистического текста как субъект высказывания.
15. Проблема совершенствования методик анализа публицистического текста и публицистического дискурса.
16. Новые характеристики мультимедийной среды и особенности ее трансформации.
17. Медиатизация как тотальное распространение влияния медиа на важнейшие области социальной жизни человека: отечественные и зарубежные подходы к понятию, факторы и последствия.
18. Проблема авторства в исторической перспективе.
19. Автор мультимедийного текста: бегство от читателя.
20. Социально-психологические характеристики и типы сетевого коммуниката.
21. Условия и причины возникновения «гибридного» публицистического текста.
22. Г. Прохоров о синтезной основе «художественной публицистики».
23. К вопросу о феноменологии публицистического текста и трагедии современной публицистики (по Б. Мисонжникову).
24. Современный потенциал прагматики мультимедийной публицистики: обзор научных стратегий.
25. Современная типология радиожурналистики: форматы и концепции радиостанций.
26. Выразительные средства радиожурналистики.
27. Роль радиопублицистики в современном аудиоконтенте.
28. Новые направления акустической культуры.
29. Доминантные причины и направления реформирования современных радиостанций.
30. Язык радио настоящего времени.
31. Функции публицистического стиля на радио.
32. Трансформации жанров на радио.
33. Публицистическое начало авторских передач: коммуникативно-прагматический аспект.
34. Инфо повод и публицистическая проблематика радиовыставки.
35. Соотношение вербального, аудиального и визуального компонентов.
36. Характерные композиционные особенности создания радиовыставки.
37. Авторская роль в радиовыставке.
38. Стилистические и формообразующие средства радиоэкскурсии.
39. Тональность медиапроекта.
40. Жанровые диффузии.
41. Каким образом цифровая трансформация изменила профиль аудитории современных СМИ?
42. Какие основные характеристики определяют цифровой портрет аудитории современных СМИ?
43. Какие новые возможности предоставляет цифровой портрет в сфере анализа и понимания аудитории?
44. Как социальные сети влияют на формирование цифрового портрета аудитории современных СМИ?
45. Каковы основные методы сбора данных для создания цифрового портрета аудитории?
46. Какие инструменты и технологии используются для анализа и интерпретации цифрового портрета?

47. Как влияют персонализация и рекомендательные системы на формирование цифрового портрета аудитории?
48. Каким образом цифровой портрет аудитории помогает в разработке медиа-стратегии?
49. Какие особенности цифрового портрета у разных сегментов аудитории (например, по возрасту, полу, интересам)?
50. Какие факторы могут исказить цифровой портрет аудитории?
51. Как влияет географическое распределение аудитории на формирование цифрового портрета?
52. Какие представления о себе имеет аудитория современных СМИ на основе цифрового портрета?
53. Какие изменения происходят в цифровом портрете аудитории в контексте развития мобильных технологий?
54. Как демографический состав влияет на формирование цифрового портрета аудитории?
55. Какие жизненные события и интересы могут быть отражены в цифровом портрете аудитории?
56. Какие данные должны быть включены в цифровой портрет аудитории для эффективного таргетинга рекламы?
57. Как влияет активность и взаимодействие аудитории в цифровом пространстве на ее портрет?
58. Каким образом цифровые портреты аудитории могут помочь в разработке контента и программных форматов?
59. Какие этические вопросы возникают при сборе и анализе данных для цифрового портрета аудитории?
60. Какие новые тренды и инновации в анализе аудитории влияют на формирование цифрового портрета?
61. Каким образом цифровой портрет аудитории помогает в улучшении качества и релевантности контента?
62. Какую роль и значение имеет цифровой портрет аудитории для разработки стратегий продвижения и монетизации СМИ?
63. Какие дополнительные данные могут быть использованы для уточнения цифрового портрета?
64. Какие особенности поведения аудитории могут быть выявлены с помощью цифрового портрета?
65. Какие факторы влияют на лояльность и удержание аудитории в цифровом пространстве?
66. Какова роль цифрового портрета в разработке стратегий вовлечения и взаимодействия с аудиторией?
67. Как влияют изменения алгоритмов социальных платформ на формирование цифрового портрета аудитории?
68. Каким образом сегментация аудитории помогает в создании более точных цифровых портретов?
69. Какие потребности и предпочтения аудитории могут быть выявлены с помощью цифрового портрета?
70. Какие преимущества имеют СМИ, которые активно используют цифровой портрет в своей деятельности?
71. Как влияют медиа-потребления и предпочтения аудитории на формирование цифрового портрета?
72. Какова роль цифрового портрета в планировании и оптимизации рекламных кампаний?

73. Какие методы анализа использовать для получения более глубокого понимания цифрового портрета аудитории?
74. Каким образом социальные и культурные факторы влияют на формирование цифрового портрета аудитории?
75. Какие изменения произошли в цифровом портрете аудитории в результате пандемии COVID-19?
76. Какая роль и значение имеют цифровые сообщества и группы в формировании цифрового портрета?
77. Какие особенности в поведении аудитории могут быть обнаружены с помощью анализа цифрового портрета?
78. Каким образом цифровой портрет аудитории помогает в принятии решений о выборе платформы и канала распространения контента?
79. Как влияют аудиторные метрики и аналитика на создание и обновление цифрового портрета?
80. Какие вызовы возникают при работе с большими объемами данных для создания цифрового портрета аудитории?
81. Какие инструменты мультимедийного журналиста помогают создавать интерактивные материалы?
82. Какие программные платформы и приложения используются для монтажа видеоматериалов в мультимедийном журналистике?
83. Какие инструменты помогают создавать анимацию для мультимедийных материалов?
84. Какие средства и технологии мультимедийного журналиста используются для съемки и обработки фотографий?
85. Какие инструменты позволяют создавать аудиоматериалы и подкасты для мультимедийного журналиста?
86. Какие инструменты используются для создания интерактивных карт и графиков в мультимедийном журналистике?
87. Какие приложения и сервисы помогают журналистам собирать и анализировать данные для мультимедийных материалов?
88. Какие инструменты мультимедийного журналиста помогают создавать 3D-модели и виртуальные туры?
89. Какое программное обеспечение используется для съемки и обработки видео на мобильных устройствах в мультимедийном журналистике?
90. Какие инструменты помогают журналистам проводить потоковые трансляции и вебинары?
91. Какие инструменты мультимедийного журналиста помогают улучшить качество аудиозаписей для радио и подкастов?
92. Какие программы и средства помогают создавать интерактивные графики и диаграммы для мультимедийных материалов?
93. Какие инструменты используются для создания мультимедийной анимации и графических эффектов?
94. Какие приложения и сервисы помогают создавать VR-материалы для мультимедийного журналиста?
95. Какие инструменты помогают журналистам выполнять редактирование и монтаж звука для мультимедиа-проектов?
96. Какие программы и инструменты используются для построения и отображения данных на интерактивных картах в мультимедийном журналистике?
97. Какие средства и ресурсы помогают журналистам управлять и анализировать социальные медиа-платформы для мультимедийных материалов?
98. Какие инструменты мультимедийного журналиста помогают создавать аудиовизуальные слайдшоу и презентации?

99. Какие программы и инструменты используются для создания интерактивных видео и фильмов в мультимедийном журналистике?
100. Какие инструменты помогают журналистам проводить онлайн-опросы и интерактивные голосования в мультимедийных материалах?
101. Какие инструменты мультимедийного журналиста помогают создавать информационные графики и визуализации?
102. Какие программы и сервисы используются для обработки и монтажа фотографий на мобильных устройствах в мультимедийном журналистике?
103. Какие инструменты помогают журналистам создавать аудио- и видеоподкасты для мультимедийных материалов?
104. Какие средства и технологии используются для создания интерактивных изображений и иллюстраций в мультимедийном журналистике?
105. Какие инструменты мультимедийного журналиста помогают создавать аудиорепортажи и звуковые эффекты?
106. Какие программы и инструменты используются для создания анимированных видео для мультимедийного журналиста?
107. Какие инструменты помогают журналистам проводить голосовые интервью и записывать аудиокomentarии для мультимедиа-проектов?
108. Какие приложения и сервисы используются для создания интерактивных хронологий и таймлайнов в мультимедийном журналистике?
109. Какие инструменты мультимедийного журналиста помогают создавать VR-видео и 360-градусные панорамы?
110. Какие программы и ресурсы помогают журналистам выполнять распознавание речи и субтитры в мультимедийных материалах?
111. Какие инструменты используются для создания анимационных графиков и визуализаций данных в мультимедийном журналистике?
112. Какие средства и технологии помогают журналистам снимать и монтировать видео с помощью дронов для мультимедийных материалов?
113. Какие инструменты помогают журналистам создавать интерактивные игры и симуляции для мультимедийного журналиста?
114. Какие программы и инструменты используются для создания аудиовизуальных репортажей и историй в мультимедийном журналистике?
115. Какие инструменты мультимедийного журналиста помогают съемке и редактированию видео с использованием мобильных устройств?
116. Какие средства и технологии используются для создания интерактивных документов и презентаций в мультимедийном журналистике?
117. Какие инструменты используются для создания виртуальных ассистентов и чат-ботов в мультимедийных материалах?
118. Какие программы и сервисы помогают журналистам редактировать и обрабатывать звуковые эффекты в мультимедиа-проектах?
119. Какие инструменты мультимедийного журналиста помогают создавать аудиовизуальные документальные фильмы и репортажи?
120. Какие средства и технологии используются для создания интерактивных экспериментов и визуализации данных в мультимедийном журналистике?
121. Что такое нарративные стратегии и почему они важны в сторителлинге?
122. Какие основные элементы нарративной структуры входят в сторителлинг?
123. Какие техники использования повествования могут помочь привлечь внимание аудитории?
124. Каким образом конфликт и разрешение конфликта связаны с нарративными стратегиями и сторителлингом?
125. Какие характеристики нарративных персонажей могут помочь создать эмоциональную связь с аудиторией?

126. Как нарративные стратегии могут использоваться для передачи сложных и сопротивляющихся изменениям идей?
127. Какие средства и техники сторителлинга используются для создания эмоционального влияния?
128. Какие аспекты линейного и нелинейного сторителлинга могут быть важными при создании неразрывной связи с аудиторией?
129. Как нарративные стратегии могут помочь в установлении целей и направленности истории?
130. Как сочетание различных медиаформатов может усилить нарративные стратегии и эффект сторителлинга?
131. Какие роли играют климакс и развязка в нарративных стратегиях и сторителлинге?
132. Как использование персональных историй может повысить эмоциональное вовлечение аудитории?
133. Каким образом напряжение и сюжетные повороты могут удерживать внимание аудитории в сторителлинге?
134. Как нарративные стратегии могут использоваться в контексте маркетинга и рекламы?
135. Какие методы создания хронологической структуры истории можно применить в нарративном сторителлинге?
136. Какие средства и техники сторителлинга помогают передать ценности и мировоззрение автора?
137. Как нарративные стратегии могут использоваться для повышения эффективности образовательных материалов и тренингов?
138. Каким образом создание сильного начала и заключения может повысить воздействие истории на аудиторию?
139. Как использование метафор и символов может усилить нарративные стратегии и глубину сторителлинга?
140. Какие техники использования диалогов и цитат могут помочь в создании автентичности истории?
141. Как нарративные стратегии могут использоваться для формирования идентичности и коллективной памяти?
142. Как использование подробного описания сцен и образов может обогатить нарративные стратегии и сторителлинг?
143. Каким образом использование исторических и культурных нарративов может помочь создать социальное влияние?
144. Как нарративные стратегии могут использоваться для вызова эмпатии и сопереживания?
145. Какие техники использования повторов и рефрейминга могут сделать нарративы более убедительными?
146. Каким образом создание характерного героя или антигероя может быть важным элементом нарративных стратегий?
147. Как нарративные стратегии могут использоваться для смягчения сложных или неприятных сообщений?
148. Каким образом интерактивность и участие аудитории могут быть интегрированы в нарративные стратегии и сторителлинг?
149. Как использование сюжетных дуг и архетипов может помочь структурированию нарративных стратегий и сторителлинга?
150. Какие техники использования перспективы и точек зрения могут быть полезными в нарративных стратегиях и сторителлинге?
151. Как нарративные стратегии могут применяться в политической коммуникации и пропаганде?

152. Какие средства и техники сторителлинга помогают создать и поддержать увлекательность истории?
153. Как использование гипертекста и многомерных структур может расширить нарративные стратегии и возможности сторителлинга?
154. Как нарративные стратегии могут применяться в журналистике и репортажах?
155. Каким образом использование юмора и неожиданных поворотов может усилить нарративные стратегии и эффект сторителлинга?
156. Какие техники использования стиля и языка могут помочь в передаче настроения и атмосферы истории?
157. Как нарративные стратегии могут использоваться для измены мышления и поведения аудитории?
158. Каким образом использование параллельных историй может подчеркнуть ключевые сообщения и идеи в сторителлинге?
159. Какие средства и техники сторителлинга помогают поддерживать интригу и напряжение в нарративных стратегиях?
160. Как нарративные стратегии могут применяться для создания цельных брендовых идентичностей и историй?
161. Как использование музыкального оформления и звуковых эффектов может повысить эмоциональное воздействие истории?
162. Каким образом использование визуальных элементов, таких как фотографии и иллюстрации, может усилить нарративные стратегии и сторителлинг?
163. Как нарративные стратегии могут применяться в лидерстве и межличностных отношениях?
164. Какие техники использования сказок, мифов и легенд могут быть полезными в нарративных стратегиях и сторителлинге?
165. Какие проблемы сталкиваются журналисты при работе в социальных сетях?
166. Как социальные сети влияют на работу журналистов?
167. Какие этические дилеммы возникают у журналистов при использовании социальных сетей?
168. Какие трудности возникают при проверке достоверности информации из социальных сетей?
169. Как журналисты могут бороться с фейками и манипуляциями в социальных сетях?
170. Как поддерживать конфиденциальность и защиту источников информации на платформах социальных сетей?
171. Как социальные сети влияют на объективность и нейтральность журналистических материалов?
172. Какие риски передачи личной информации в социальных сетях существуют для журналистов?
173. Как социальные сети влияют на профессиональную репутацию журналистов?
174. Каким образом социальные сети меняют процесс сбора и анализа информации журналистами?
175. Какие меры могут быть предприняты журналистами для защиты от кибератак и хакерских атак на социальных платформах?
176. Какие этические проблемы могут возникнуть при использовании материалов из социальных сетей?
177. Как социальные сети влияют на верификацию и подтверждение информации журналистами?
178. Как управлять стрессом и психологическими нагрузками, связанными с работой в социальных сетях?
179. Как можно предотвратить распространение недостоверной информации журналистами в социальных сетях?

180. Как социальные сети изменили взаимодействие журналистов с публикой?
181. Какие проблемы возникают при избегании конфликта интересов на платформах социальных сетей?
182. Какие технические проблемы могут возникнуть при работе журналистов в социальных сетях?
183. Как социальные сети влияют на приватность журналистской работы?
184. Какие вопросы этики возникают при использовании материалов с сайтов социальных сетей?
185. Каким образом социальные сети влияют на распространение журналистских материалов?
186. Какие проблемы возникают при создании и управлении личным брендом в социальных сетях журналистами?
187. Какие риски связаны с использованием в социальных сетях личных аккаунтов журналистами?
188. Как социальные сети влияют на свободу слова и публикацию информации журналистами?
189. Какие преграды возникают при работе журналистов с ограниченным доступом к информации в социальных сетях?
190. Какой эффект имеет использование социальных сетей на общий престиж журналистики?
191. Какие методы и инструменты можно использовать для фильтрации и отслеживания информации на платформах социальных сетей?
192. Как социальные сети влияют на формирование общественного мнения и дискурса журналистами?
193. Какие проблемы возникают при коммуникации с источниками информации через социальные сети для журналистов?
194. Как справиться с негативными комментариями и отзывами в социальных сетях для журналистов?
195. Какие ограничения накладывают социальные сети на работу и распространение материалов журналистами?
196. Как социальные сети влияют на конкуренцию и конкурентоспособность журналистов?
197. Какие проблемы могут возникнуть при доставке и распространении информации журналистами через социальные сети?
198. Какие навыки и знания необходимы журналистам для успешной работы с социальными сетями?
199. Каких инструментов и технологий не хватает журналистам для эффективной работы в социальных сетях?
200. Какие проблемы возникают при отсутствии достаточной информационной безопасности для журналистов в социальных сетях?
201. Как социальные сети влияют на развитие профессиональных связей и сетевого общения журналистами?
202. Как журналисты могут поддерживать доверие и лояльность аудитории при работе в социальных сетях?
203. Какие риски представляет использование социальных сетей для информационной безопасности журналистов?
204. Как социальные сети влияют на формирование личного стиля и голоса журналистов?
205. Какие проблемы возникают при медиапланировании и распространении контента журналистами в социальных сетях?
206. Каким образом журналисты могут справиться с негативными последствиями неправильной информации в социальных сетях?

207. Какие вызовы и трудности возникают при использовании видео и мультимедийного контента журналистами в социальных сетях?
208. Как социальные сети влияют на анонимность и идентификацию журналистов?
209. Какие проблемы возникают при оформлении и оптимизации контента журналистами для социальных сетей?
210. Как можно гарантировать разнообразие и плюрализм в информационном ландшафте социальных сетей с участием журналистов?
211. Как социальные сети изменяют требования к редактированию и корректровке материалов для журналистов?
212. Какие проблемы возникают при анализе и интерпретации метрик и статистики журналистами в социальных сетях?
213. Как социальные сети влияют на развитие профессиональных навыков и самосовершенствование журналистов?
214. Как управлять временем и эффективно использовать социальные сети для журналистов без отвлечения от профессиональных задач?
215. Какое значение имеет многообразие жанров и форматов в мультимедийной среде?
216. Какие жанры существуют в мультимедийных произведениях?
217. Какой вклад вносит каждый жанр в мультимедийную культуру?
218. Какие форматы используются в мультимедийной среде?
219. Какой жанр или формат самый популярный в мультимедийном контенте?
220. Как многообразие жанров и форматов влияет на восприятие аудиторией мультимедийных произведений?
221. Какие преимущества многообразия жанров и форматов в мультимедийной среде?
222. Каковы основные характеристики разных жанров и форматов в мультимедийной среде?
223. Как развивались и менялись жанры и форматы в мультимедийной среде со временем?
224. Как многообразие жанров и форматов в мультимедийной среде влияет на творческий процесс и эксперименты художников?
225. Как разные жанры и форматы в мультимедийной среде соответствуют разным потребностям аудитории?
226. Какое значение имеют новаторские форматы и жанры в мультимедийной среде для инноваций в искусстве и культуре?
227. Как многообразие жанров и форматов в мультимедийной среде способствует развитию и расширению творческих возможностей художников?
228. Как разные жанры и форматы влияют на эмоциональное воздействие и вовлеченность аудитории в мультимедийные произведения?
229. Какие жанры и форматы в мультимедийной среде наиболее подходят для образования и развития мультимедийной грамотности?
230. Как многообразие жанров и форматов в мультимедийной среде содействует развитию разнообразных жанров и форматов в других областях искусства?
231. Как разные жанры и форматы в мультимедийной среде взаимодействуют между собой и создают новые формы выражения и комбинации?
232. Какой жанр или формат в мультимедийной среде характеризуется наибольшей динамичностью и эволюцией?
233. Как многообразие жанров и форматов влияет на коммерческий успех и конкуренцию в мультимедийной индустрии?
234. Какие жанры и форматы в мультимедийной среде лучше всего подходят для повествования и передачи информации визуально и звуково?

235. Какое значение имеют интерактивные форматы и жанры в мультимедийной среде для создания активного участия аудитории?
236. Как многообразие жанров и форматов в мультимедийной среде помогает сохранить и передать культурное наследие и историю разных народов и сообществ?
237. Как разные жанры и форматы в мультимедийной среде взаимодействуют с разумными устройствами и новыми технологиями?
238. Как многообразие жанров и форматов в мультимедийной среде способствует развитию инновационных подходов и исследованиям в области искусства и технологий?
239. Какие жанры и форматы в мультимедийной среде используются для создания социально значимых и актуальных произведений?
240. Как разные жанры и форматы в мультимедийной среде могут быть использованы для пропаганды и манипуляции информацией?
241. Как многообразие жанров и форматов в мультимедийной среде влияет на восприятие и понимание мультимедийных произведений разной аудиторией?
242. Какие жанры и форматы в мультимедийной среде наиболее эффективно передают сложные и абстрактные идеи и концепции?
243. Как разные жанры и форматы в мультимедийной среде отражают разные культурные и социальные контексты?
244. Какое значение имеет смешение жанров и форматов в мультимедийной среде для создания новых эстетических и смысловых решений?
245. Как многообразие жанров и форматов влияет на контроль и ограничения в мультимедийной среде?
246. Какие жанры и форматы в мультимедийной среде используются для формирования определенных политических или экологических взглядов?
247. Как разные жанры и форматы в мультимедийной среде могут быть использованы воздействовать на эмоции и подсознание аудитории?
248. Как многообразие жанров и форматов в мультимедийной среде влияет на взаимодействие и социальные отношения среди аудитории?
249. Какие жанры и форматы в мультимедийной среде используются для образования и развития критического мышления и медиаграмотности?
250. Какое значение имеют адаптированные жанры и форматы в мультимедийной среде для различных возрастных групп и аудиторий?
251. Как многообразие жанров и форматов в мультимедийной среде способствует развитию и разнообразию мультимедийных исполнителей и создателей?
252. Как разные жанры и форматы влияют на способность мультимедийного произведения передавать эмоциональный заряд и вызывать симпатию к аудитории?
253. Какие новые навыки и компетенции требуются у журналистов в эпоху мультимедийности?
254. Какую роль играет мультимедийность в развитии современной журналистики?
255. Какие профессиональные роли журналиста возникают в связи с развитием мультимедийных технологий?
256. Как мультимедийность влияет на процесс сбора и верификации информации журналистом?
257. Какие новые возможности мультимедийности открываются для журналистов?
258. Какие технические навыки становятся необходимыми для работы в сфере мультимедийной журналистики?
259. Как мультимедийность влияет на форматы и жанры журналистских материалов?
260. Какую роль может играть журналист в создании мультимедийного контента?
261. Как мультимедийность меняет взаимодействие между журналистом и аудиторией?

262. Какие источники информации и инструменты доступны журналистам в эпоху мультимедийности?
263. Как мультимедийность влияет на этику и нормы журналистики?
264. Какие проблемы и вызовы стоят перед журналистами в связи с развитием мультимедийных технологий?
265. Какие возможности для самовыражения и творчества получают журналисты благодаря мультимедийности?
266. Как изменяется процесс редактирования и подготовки материалов в эпоху мультимедийности?
267. Как мультимедийность меняет восприятие и воздействие журналистской информации на аудиторию?
268. Какие вызовы представляет собой присутствие журналиста в различных мультимедийных форматах (видеоблоги, подкасты и т.д.)?
269. Как мультимедийность влияет на международный журналистский обмен и сотрудничество?
270. Какие задачи и функции выполняют журналисты в сфере мультимедийных исследований и репортажей?
271. Как изменяется конкуренция между журналистами в эпоху мультимедийности?
272. Какие известные журналисты и медиакомпании внедрили наиболее успешные мультимедийные подходы в свою работу?