

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

О.С. Перетятая

«16» апреля 2026 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине

Редакторская подготовка мультимедийных СМИ

По направлению подготовки	42.04.03 Издательское дело
Профиль подготовки	редактор средств массовой информации
Квалификация выпускника	магистратура
Форма обучения	очная
Курс	2-й (3-й семестр)

Разработчик
канд. филол. наук, доц.
Куянцева Е.А.;
ст.преп. Емченко Н.А.

Заведующий кафедрой журналистики и
издательского дела

«16» апреля 2025 г., протокол № 6
Куянцева Е.А.

Луганск, 2026

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины (модуля) «Редакторская подготовка мультимедийных СМИ» и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений студентов, освоивших программу дисциплины (модуля).

1.2. Цели и задачи фонда оценочных средств

Цель ФОС – установить соответствие уровня подготовки обучающегося требованиям ФГОС ВО магистратуры по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08 июня 2017 года № 513.

1.3. Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения основной образовательной программы

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

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения
Профессиональные	
ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знать: закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности ОПК-7.2. Уметь: оценивать корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии общепринятыми стандартами и правилами профессии издателя ОПК-7.3. Владеть: навыками оценки и прогнозирования возможных медиаэффектов, руководствуясь принципами социальной ответственности и общественно-ориентированной миссией профессии

1.4. Этапы формирования компетенций и средства оценивания уровня их сформированности

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
Терминология и язык мультимедиа. Медиакультура современности.	ОПК-7	Устный опрос
Роль и функции редактора в разработке деятельности мультимедийных СМИ.	ОПК-7	Устный опрос
Масс-медиа как особые технологии средств массовой коммуникации.	ОПК-7	Подготовка мультимедийных презентаций
Функции и методы журналистской деятельности.	ОПК-7	Устный опрос Выполнение практических заданий
Конвергентная природа взаимодействия пиар и журналистики.	ОПК-7	Устный опрос
Носители и типы мультимедийной информации.	ОПК-7	Устный опрос Выполнение практических заданий

Мультимедийные инструменты журналиста.	ОПК-7	Выполнение практических заданий
Промежуточная аттестация	ОПК-7	Зачет (устный)

1.5. Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели)
ОПК-7	<p>Знает: носители и типы мультимедийной информации; тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиапродуктах и коммуникационных продуктах.</p> <p>Умеет: создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты.</p> <p>Владеет навыками: мультимедийных инструментов для журналиста; навыками использования в профессиональной деятельности современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий.</p>

1.6. Критерии оценивания компетенций на разных этапах их формирования

Вид учебной работы	Количество баллов		
	ОФО	О-ЗФО	ЗФО
Выполнение и защита практических заданий (13х4)	39		
Самостоятельная работа	20		
Иные виды учебной работы (подготовка презентации, написание реферата, решение задач и др.)	11		
Экзамен	30		
Всего	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	D – 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	E – 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 (типовые)

Вопросы для устного опроса

1. Дайте определение понятию «мультимедиа». Каковы его основные характеристики (интеграция, интерактивность, гипертекстуальность, нелинейность)?
2. Что такое медиакultura? Какое влияние цифровая эпоха оказывает на формирование медиакультуры современного общества?
3. Что такое «клиповое мышление»? Назовите его основные признаки и объясните, как оно связано с мультимедийной средой.
4. Из каких компонентов складывается язык мультимедиа? Приведите примеры вербальных, аудиальных, визуальных и интерактивных компонентов.

5. В чем отличие «новых медиа» от традиционных СМИ? Назовите не менее четырех отличительных признаков.
6. Как трансформировалась роль редактора в мультимедийной редакции по сравнению с традиционной (газетной или телевизионной)?
7. Назовите основные функции мультимедийного редактора. В чем заключается его ответственность за конечный продукт?
8. Какие новые должности появились в мультимедийной редакции и какие функции они выполняют (мультимедийный продюсер, SMM-менеджер, видеограф, дата-журналист)?
9. Что такое «конвергентная редакция»? Каковы ее основные принципы организации и управления?
10. Как редактор оценивает корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении мультимедийной информации?
11. Что понимается под технологическим укладом в истории СМИ? Назовите основные технологические уклады от печатного станка до цифровых платформ.
12. Как цифровые технологии трансформировали процессы сбора, обработки и распространения информации в масс-медиа?
13. Какую роль в современных масс-медиа играют алгоритмы рекомендаций и искусственный интеллект?
14. Что такое «пузырь фильтров» и «эхо-камеры»? Как эти явления связаны с технологиями персонализации контента?
15. Каковы риски использования искусственного интеллекта для генерации новостных текстов (дипфейки, потеря авторства, распространение дезинформации)?
16. Как реализуются информационная, коммуникативная, культурно-образовательная и развлекательная функции журналистики в мультимедийной среде?
17. Назовите основные методы сбора информации, используемые журналистами в мультимедийной среде (наблюдение, интервью, открытые источники, социальные сети).
18. Что такое фактчекинг? Почему он особенно важен в мультимедийной журналистике с высокой скоростью распространения контента?
19. В чем разница между методами работы профессионального журналиста и блогера? Каковы принципиальные отличия?
20. Какие методы обработки информации считаются этически приемлемыми, а какие – недопустимыми в журналистике?
21. Дайте определение конвергенции в контексте СМИ. Назовите три типа конвергенции (технологическая, профессиональная, содержательная).
22. Что такое модель PWB (paid, owned, earned media)? Как она описывает взаимодействие PR и журналистики?
23. Какие мультимедийные жанры возникли в результате конвергенции (лонгрид, интерактивный репортаж, подкаст-сериал, видео-сторителлинг)?
24. В чем заключается конфликт интересов между PR-специалистами и журналистами? Как журналисту сохранять независимость?
25. Какие цифровые носители информации используются в современных электронных СМИ (сайты, мобильные приложения, социальные сети, мессенджеры, видеохостинги, подкаст-платформы)?
26. Назовите типы мультимедийной информации. Дайте краткую характеристику текста, изображения, аудио и видео как типов мультимедийного контента.
27. Что такое гипертекст? Чем он отличается от обычного текста и как используется в интернет-СМИ?
28. На какие группы делятся мультимедийные инструменты журналиста по этапам производства контента (сбор, обработка, верстка, публикация, аналитика)?

Темы для подготовки мультимедийных презентаций и докладов

1. Эволюция понятия «мультимедиа»: от технического термина к культурному феномену.
2. Язык мультимедиа: вербальные, аудиальные, визуальные и интерактивные компоненты.
3. Мультимедийная редакция vs традиционная: сравнительный анализ структуры, функций и принципов работы. Роль и функции редактора в мультимедийных СМИ.
4. Профессия «мультимедийный редактор»: компетенции, задачи, зоны ответственности.
5. Технологические уклады в истории СМИ: от печатного станка до цифровых платформ.
6. Конвергентная редакция: модели построения, принципы организации и эффективного управления.
7. Методы сбора и обработки информации журналиста в мультимедийной среде.
8. Блогеры как новый субъект медиаполя: принципы, методы работы и взаимодействие с традиционной журналистикой.
9. Конвергенция PR и журналистики: модель PVB (paid, owned, earned media).
10. Жанры мультимедиа: от лонгрида до интерактивного документального кино.
11. Интерактивность в современных медиа: формы, технологии и влияние на аудиторию (на примере телевизионных новостей и интернет-СМИ).
12. Типы мультимедийной информации: текст, изображение, аудио, видео, анимация, интерактив — особенности сочетания в едином продукте.
13. Инструментарий мультимедийного журналиста: обзор программных и аппаратных средств для создания контента.
14. Сервисы и платформы для создания мультимедийных лонгридов и интерактивных историй.
15. Аналитика в мультимедийных СМИ: инструменты измерения эффективности и методы работы с аудиторией.

Практические задания

Практическое занятие №1

Масс-медиа как особые технологии средств массовой коммуникации

(письменная работа)

Теоретические вопросы:

1. Что такое масс-медиа как технологическая система? Какие технологические уклады в истории СМИ вы знаете?
2. Как цифровые технологии трансформировали процессы сбора, обработки и распространения информации?
3. Каковы основные отличия аналоговых и цифровых технологий в контексте массовой коммуникации?
4. Какую роль играют алгоритмы, искусственный интеллект и большие данные в работе современных масс-медиа?

Задания:

1. Подготовить письменную работу (эссе) объемом 3–5 стр. на тему «Масс-медиа как особые технологии средств массовой коммуникации». В работе раскрыть: эволюцию технологических укладов в СМИ, влияние цифровой трансформации на производство и распространение контента, роль алгоритмов и ИИ в современных медиа.
2. Провести сравнительный анализ трех медиаплатформ (например, печатная газета, телеканал, интернет-СМИ) по следующим критериям: технологии производства, способы доставки контента, взаимодействие с аудиторией. Результат оформить в виде таблицы.

Практическое занятие №2

Мультимедиа и новые принципы подачи новостей (обмен мнениями)

Теоретические вопросы:

1. Что такое мультимедийная подача новостей? Чем она отличается от мономедийной?
2. Какие форматы мультимедийного контента используются в современных новостных СМИ (лонгрид, видео-сторис, подкаст, интерактивная инфографика)?
3. Как принципы «мобильного первого» (Mobile First) и «социальных сетей первых» (Social First) меняют подход к подаче новостей?
4. Каковы риски и вызовы мультимедийной подачи новостей (клиповое мышление, перегрузка информацией, потеря глубины)?

Задания:

1. Подготовиться к обмену мнениями (дискуссии) на тему «Мультимедиа и новые принципы подачи новостей». Каждый студент готовит 2–3 аргумента «за» и «против» мультимедийной подачи новостей.
2. Найти и проанализировать 3 мультимедийных новостных материала (лонгрид, интерактивная статья, новостной подкаст). Выявить использованные мультимедийные элементы и оценить их эффективность. Результат представить в виде краткой рецензии (устно на занятии).

Практическое занятие №3

Создание своего СМИ в интернете (разработать предложения)

Теоретические вопросы:

1. Каковы основные этапы создания интернет-СМИ (от идеи до запуска)?
2. Какие форматы интернет-СМИ существуют (новостной портал, тематический блог, YouTube-канал, Telegram-канал, подкаст-студия, интернет-радио, интернет-телевидение)?
3. Какие ресурсы (человеческие, технические, финансовые) необходимы для запуска интернет-СМИ на разных платформах?
4. Как выбрать оптимальную платформу и бизнес-модель для интернет-СМИ (реклама, подписка, донаты, краудфандинг, нативная реклама)?

Задания:

1. Разработать предложения по созданию интернет-СМИ на выбранную тему. В предложениях указать: название и тематику, целевую аудиторию, формат (платформы), примерную структуру редакции, источники контента, предполагаемую бизнес-модель и перспективы развития. Результат оформить в виде презентации (5–7 слайдов) или текстового документа (2–3 стр.).
2. Защитить разработанные предложения перед группой (5–7 минут), ответить на вопросы о жизнеспособности и уникальности проекта.

Практическое занятие №4

Как организовать редакционное пространство нового медиа (предложения)

Теоретические вопросы:

1. Что такое «редакционное пространство нового медиа» в физическом и цифровом смысле?
2. Какие зоны и отделы необходимы в современной мультимедийной редакции (новостная «открытка», видеопродакшн, аудиостудия, дизайн-отдел, IT-отдел, коворкинг, переговорные)?

3. Как организовать удаленную работу редакции (инструменты для совместной работы, видеоконференции, системы управления задачами)?

4. Как цифровые инструменты (Trello, Slack, Notion, Miro, Google Workspace, Figma, CMS) интегрируются в редакционное пространство?

Задания:

1. Разработать предложения по организации редакционного пространства для выбранного типа интернет-СМИ (из практического занятия №3). В предложениях описать: физическую структуру (если есть офис), цифровую инфраструктуру (программное обеспечение, сервисы для совместной работы), систему коммуникации внутри редакции, распределение задач и workflow.

2. Нарисовать схему редакционного пространства (mind map или план офиса с зонами) и презентовать ее группе (3–5 минут). Обосновать, почему выбранная организация пространства эффективна для данного типа СМИ.

Практическое занятие №5

Принципиальные отличия мультимедийной редакции от традиционной (сравнительный анализ)

Теоретические вопросы:

1. Каковы основные принципы работы традиционной редакции (газетной, телевизионной, радио)? Назовите ее сильные и слабые стороны.

2. Каковы основные принципы работы мультимедийной редакции (конвергентной, цифровой)? Назовите ее преимущества и вызовы.

3. По каким критериям можно сравнивать традиционную и мультимедийную редакции (структура, технологии, должности, workflow, культура)?

4. Какие должности появились в мультимедийной редакции (мультимедийный продюсер, SMM-менеджер, видеограф, подкастер, дата-журналист) и какие исчезли или трансформировались?

Задания:

1. Выполнить сравнительный анализ мультимедийной и традиционной редакций в виде таблицы или инфографики. Критерии сравнения: структура управления, должностные роли, технологии производства, workflow (последовательность создания материала), способы распространения контента, взаимодействие с аудиторией. Минимум 7 критериев.

2. Подготовить устное выступление (5–7 минут) на тему «Почему традиционная редакция проигрывает мультимедийной в современную эпоху (и проигрывает ли)?» с аргументацией и примерами.

Практическое занятие №6

Конвергенция и жанры мультимедиа (письменная работа)

Теоретические вопросы:

1. Что такое конвергенция в контексте СМИ? Назовите и раскройте три типа конвергенции (технологическая, профессиональная, содержательная).

2. Какие жанры мультимедиа существуют (лонгрид, интерактивный репортаж, мультимедийное интервью, подкаст-сериал, видео-сторителлинг, интерактивная инфографика, документальный веб-проект)?

3. Как традиционные журналистские жанры (заметка, репортаж, интервью, статья, очерк) трансформируются в мультимедийной среде?

4. Как выбирать жанр мультимедиа в зависимости от темы, аудитории и платформы?

Задания:

1. Подготовить письменную работу (эссе) объемом 3–5 стр. на тему «Конвергенция и жанры мультимедиа». В работе раскрыть: определение и типы конвергенции, классификацию мультимедийных жанров с примерами, трансформацию традиционных жанров, критерии выбора жанра.

2. Выбрать одну новость или тему. Разработать концепцию ее подачи в трех разных мультимедийных жанрах (например, лонгрид, интерактивная инфографика, подкаст). Обосновать, почему для данной темы выбраны именно эти жанры. Результат оформить в виде таблицы с кратким описанием каждого варианта.

Практическое занятие №7

Модель создания конвергентной редакции (дискуссия)

Теоретические вопросы:

1. Какие существующие модели конвергентных редакций вы знаете (модель «единой новостной комнаты», модель «интегрированной редакции», модель «распределенной редакции», модель «хаба и спиц»)?

2. Каковы этапы трансформации традиционной редакции в конвергентную?

3. Какие риски и проблемы возникают при создании конвергентной редакции (сопротивление сотрудников, дублирование функций, потеря контроля качества)?

4. Как оценить эффективность работы конвергентной редакции (метрики, KPI, кросс-платформенная аналитика)?

Задания:

1. Подготовиться к дискуссии на тему «Оптимальная модель конвергентной редакции для регионального интернет-СМИ». Разделиться на две группы. Группа А защищает модель «единой новостной комнаты» (все журналисты работают на все платформы). Группа Б защищает модель «распределенной редакции» (отдельные команды для текста, видео, аудио, соцсетей при общей координации). Каждая группа готовит 5–7 аргументов.

2. По итогам дискуссии разработать модель конвергентной редакции для конкретного типа СМИ (по выбору: городской портал, федеральное новостное агентство, тематическое интернет-СМИ). Модель представить в виде схемы с описанием: структуры, должностей, workflow, инструментов. Результат оформить в виде постера (формат А3) или слайда.

2.1. Оценочные средства промежуточной аттестации (устный зачет)

Вопросы к экзамену

1. Дайте определение понятию «мультимедиа». Как эволюционировало это понятие от технического к культурологическому?

2. Каковы основные характеристики мультимедийного контента (интеграция, интерактивность, гипертекстуальность, нелинейность)?

3. Что такое «медиакультура»? Как цифровая эпоха трансформировала восприятие информации аудиторией?

4. Каковы положительные и отрицательные эффекты клипового мышления как феномена медиакультуры?

5. Как язык мультимедиа (вербальные, аудиальные, визуальные, интерактивные компоненты) влияет на формирование общественного мнения?

6. Что такое «новые медиа»? Назовите их отличия от традиционных СМИ с технологической и социальной точек зрения.

7. Какие социальные последствия вызывает переход от мономедийности к мультимедийности в информационном пространстве?

8. Как мультимедийный контент может способствовать манипуляции общественным сознанием? Каковы методы противодействия?
9. Какова социальная ответственность создателя мультимедийного контента за его воздействие на аудиторию?
10. Какие эффекты (позитивные и негативные) порождает интерактивность в электронных СМИ для разных возрастных групп аудитории?
11. Как трансформировалась роль редактора в мультимедийной редакции по сравнению с традиционной?
12. Каковы основные функции мультимедийного редактора (планирование, координация, контроль качества, соблюдение дедлайнов)?
13. Какими профессиональными компетенциями должен обладать мультимедийный редактор для эффективной работы?
14. Какую ответственность несет редактор за достоверность информации в мультимедийном продукте?
15. Как редактор оценивает и прогнозирует возможные эффекты публикации мультимедийного материала?
16. Какие риски возникают при недостаточном контроле редактора за мультимедийным контентом (фейки, дипфейки, провокации)?
17. Как редактор должен действовать при обнаружении в мультимедийном материале информации, разжигающей ненависть или вражду?
18. Какова роль редактора в обеспечении доступности мультимедийного контента для людей с ограниченными возможностями (тифлокомментарии, субтитры)?
19. Какие способы прогнозирования медиаэффектов использует редактор перед публикацией резонансного материала?
20. Что понимается под «технологическим укладом» в истории СМИ? Назовите основные уклады от печатного станка до цифровых платформ.
21. Как цифровые технологии изменили процессы сбора, обработки и распространения информации в масс-медиа?
22. Какую роль в современных масс-медиа играют алгоритмы рекомендаций и искусственный интеллект?
23. Каковы социальные последствия использования алгоритмических «пузырей фильтров» и «эхо-камер» в медиа?
24. Как технологии сбора больших данных (Big Data) влияют на персонализацию контента и как это сказывается на аудитории?
25. Какую социальную ответственность несет владелец медиа за внедрение технологий, влияющих на формирование повестки дня?
26. Как технологии масс-медиа могут способствовать демократизации общества, а как — авторитаризму? Приведите примеры.
27. Как прогнозировать долгосрочные эффекты внедрения новых технологий (например, нейросетей) в медиапроизводство?
28. Каковы принципы социально ответственного использования технологий в масс-медиа?
29. Как реализуются информационная, коммуникативная, культурно-образовательная и развлекательная функции журналистики в мультимедийной среде?
30. Какие методы сбора информации используются журналистами в мультимедийной среде (наблюдение, интервью, открытые источники, соцсети)?
31. Как изменяются методы проверки информации (фактчекинга) в условиях высокой скорости распространения контента?
32. Каковы социальные последствия использования непроверенной информации из социальных сетей в журналистских материалах?
33. Как журналист должен оценивать корректность творческих приемов при сборе информации (скрытая камера, провокация)?

34. Как принципы и методы работы блогеров соотносятся с профессиональными стандартами журналистики?
35. Какова социальная ответственность блогера-миллионника за распространение недостоверной информации?
36. Как журналист может прогнозировать эффекты публикации материалов, затрагивающих интересы уязвимых групп населения?
37. Как методы журналистской деятельности трансформируются в условиях военных конфликтов или чрезвычайных ситуаций?
38. Дайте определение конвергенции в контексте СМИ. Назовите три типа конвергенции (технологическая, профессиональная, содержательная).
39. Какие мультимедийные жанры возникли в результате конвергенции (лонгрид, интерактивный репортаж, подкаст-сериал, видео-сторителлинг)?
40. Как трансформируются традиционные журналистские жанры (заметка, репортаж, интервью) в мультимедийной среде?
41. В чем проявляется конвергентная природа взаимодействия PR и журналистики в цифровую эпоху?
42. Каковы риски размывания границ между редакционным контентом и коммерческой информацией в мультимедийной среде?
43. Как журналисту сохранять независимость при взаимодействии с PR-специалистами и рекламодателями?
44. Какова социальная ответственность журналиста при освещении событий, спонсируемых коммерческими организациями?
45. Какие механизмы контроля позволяют оценить соблюдение этических норм в конвергентных редакциях?
46. Какие цифровые носители информации используются в современных электронных СМИ (сайты, мобильные приложения, соцсети, мессенджеры, видеохостинги, подкаст-платформы)?
47. Каковы особенности текста как типа мультимедийной информации в интернет-СМИ (гипертекст, микроформаты)?
48. Каковы особенности статического изображения (фотография, иллюстрация, инфографика) как типа мультимедийной информации?
49. Каковы особенности аудио (подкаст, аудиосериал, музыка) как типа мультимедийной информации?
50. Каковы особенности видео (ролик, стрим, клип) как типа мультимедийной информации?
51. Как сочетание разных типов мультимедийной информации в одном продукте влияет на восприятие и запоминание контента?
52. Каковы риски перегрузки аудитории при использовании избыточного количества мультимедийных элементов?
53. Как различные носители информации формируют разные типы медиапотребления и привычки аудитории?
54. Как журналист выбирает тип и носитель мультимедийной информации в зависимости от темы, аудитории и платформы?
55. Как прогнозировать эффект от публикации одного и того же мультимедийного контента на разных носителях?
56. Какие инструменты сбора информации (диктофоны, видеокамеры, смартфоны, программы записи экрана) используются мультимедийным журналистом?
57. Какие инструменты обработки текста, изображений, аудио и видео используются в мультимедийной журналистике?
58. Как выбор мультимедийных инструментов влияет на скорость, качество и достоверность выпускаемого контента?

59. Как журналист должен оценивать корректность использования автоматизированных инструментов для создания контента?
60. Как прогнозировать эффекты от использования инструментов персонализации контента на основе данных об аудитории?
61. Как соблюдение принципов социальной ответственности реализуется через выбор мультимедийных инструментов?
62. Какие модели конвергентных редакций существуют («единая новостная комната», «интегрированная редакция», «распределенная редакция», «хаб и спицы»)?
63. Каковы этапы трансформации традиционной редакции в конвергентную?
64. Какие эффекты (позитивные и негативные) возникают при переходе к модели конвергентной редакции?
65. Как оценивать и прогнозировать эффективность работы конвергентной редакции (метрики, KPI, кросс-платформенная аналитика)?
66. Как социальная ответственность реализуется на уровне управления мультимедийной редакцией?
67. Каковы риски потери контроля качества при высокой скорости производства мультимедийного контента?
68. Как прогнозировать общественный резонанс от публикации мультимедийного материала до его выхода?
69. Каковы методы корректировки медиастратегии при возникновении непредвиденных негативных эффектов?
70. Какую роль играет принцип социальной ответственности при принятии редакционных решений в кризисных ситуациях?