

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)**

ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ И МЕДИАИНДУСТРИЙ

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра продюсирования и медиатехнологий**

СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИАСИСТЕМЫ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки 42.04.02 Журналистика

Направленность (профиль) –

«Современная медиапублицистика»

Уровень квалификации выпускника – магистр

Форма обучения – очная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2026

Современные медиасистемы

Рабочая программа дисциплины

Составитель: доцент, кандидат филологических наук Корнев М.С.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 01 от 13.01.2026 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплины

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

2. Структура дисциплины

3. Содержание дисциплины

4. Образовательные технологии

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

5.2. Критерии выставления оценок

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

9. Методические материалы

9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

9.3. Иные материалы

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Дисциплина «Современные медиасистемы» входит в состав обязательной части учебного плана магистратуры по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика.

Цель курса: изучить системные закономерности средств массовой информации и механизмов регулирования на их основе структуры, а также процессов дифференциации и интеграции журналистской деятельности, организации и самоорганизации медиасистемы.

Из цели курса вытекают задачи, реализация которых в ходе изучения дисциплины позволяет достигнуть поставленной цели.

Задачи курса:

- получить представления об основных типах российских СМИ, их истории, специфике, теории и современной практике;
- овладеть приемами и методами классификации и типологического анализа различных СМИ;
- рассмотреть периодическую печать как системный объект;
- ознакомить студентов с системными особенностями современного теле- и радиовещания;
- изучить внешние связи печатных СМИ с другими средствами массовой информации, с аудиторией и с различными социальными структурами;
- выработать представления об особенностях журналистского труда в структурных медийных образованиях

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса	<i>Знать:</i> основные принципы формирования системы средств массовой информации, <i>Уметь:</i> использовать полученные знания в коллективной и индивидуальной журналистской работе; <i>Владеть:</i> системным подходом и основанным на нем методом типологического анализа СМИ в работе журналиста, строить её, учитывая специфику средства

		массовой информации, его вида и типа.
	ОПК-3.2. Демонстрирует разноплановую эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах	<p><i>Знать:</i> о современном состоянии системы СМИ России с точки зрения ее структуры, организационных форм (медиахолдинги, издательские дома, акционерные общества и т.п.), ориентироваться в ее инфраструктуре;</p> <p><i>Уметь:</i> применять теоретические знания об организации работы редакции при обосновании практических решений, касающихся профессиональной деятельности;</p> <p><i>Владеть:</i> навыками описания и классификационно-типологического анализа различных видов, типов СМИ,</p>
ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Выявляет особенности политических экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	<p><i>Знать:</i> главные, отличительные черты различных средств массовой информации (пресса, телевидение, радиовещание, информационные агентства, интернет-СМИ, мобильные медиа), типов и видов СМИ, их базовые типологические признаки: функции, аудитория, принципы формирования содержания (контента), методы работы журналиста;</p> <p><i>Уметь:</i> понимать функциональные особенности собственного места в редакционном коллективе периодического издания или иного вида и типа СМИ.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками сравнительного анализа медиасистем разных видов,</p>
	ОПК-5.2. Моделирует индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной	<p><i>Знать:</i> базовые принципы разработки концепции, модели издания, теле- или радиопрограммы, рубрики, методы их анализа</p> <p><i>Уметь:</i> выделять актуальные проблемы медиаисследований в целом и в определенной</p>

	системы	области; <i>Владеть:</i> методами медийного проектирования.
--	---------	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Современные медиасистемы» относится к обязательной части блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: «Современные теории массовой коммуникации», «Технологии формирования медиаконтента».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Современный медиаменеджмент», «Межкультурное взаимодействие», «Преддипломная практика».

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
1	Лекции	10
	Практические занятия	20
Всего:		30

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 78 академических часов.

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Курс	Тип учебных занятий	Количество часов
2	Лекции	4
	Практические занятия	8
Всего:		12

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 96 академических часов.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование	Содержание раздела дисциплины
---	--------------	-------------------------------

	раздела дисциплины	
1	Раздел 1. Предмет, цели и задачи курса «Современные медиасистемы. Средства массовой информации как системный объект	<p>1.1. Система СМИ и ее среда. Целостность системы СМИ. Дифференциация и интеграция СМИ и системные факторы, воздействующие на эти процессы. Основные подсистемы в СМИ: техническая, экономическая, редакционная, информационная, аудиторная; их характеристика. Функции и структура системы СМИ и характер их взаимодействия. Организация СМИ как организованность системы и как организационный процесс.</p> <p>1.2. Влияние аудиторного фактора на систему СМИ Особенности различных аудиторных групп, их потребностей как фактор формирования системы СМИ. СМИ, адресуемые различным аудиторным группам: общероссийским, межрегиональным, региональным, этническим, отраслевым, профессиональным, конфессиональным, возрастным, мужчинам и женщинам и др. Краевые и областные СМИ. Городская, районная и многотиражная пресса. Возрастание роли аудиторного фактора в системе СМИ России.</p> <p>1.3. Предметно-тематическая универсализация и специализация СМИ Основные типы универсальных по тематике изданий и телерадиопрограмм. Усиление тенденций к универсализации средств массовой информации: позитивные и негативные аспекты. Структура специализированных изданий и телерадиопрограмм. СМИ, освещающие вопросы политики, экономики, культуры, техники и другие темы.</p> <p>1.4. Функции как фактор дифференциации СМИ Функциональная и типологическая структура СМИ: характер взаимозависимости. Актуализация функций СМИ и отражение этого процесса в их структуре. Влияние информационных функций на трансформацию структуры СМИ. Аналитические функции и структура СМИ. Аналитические программы телевидения и радиовещания. Качественные газеты в структуре периодики. Аналитические журналы, тенденции их развития. Культурно-просветительские СМИ. Развитие структуры развлекательных СМИ. Организационные функции журналистики и их влияние на структуру СМИ.</p>
2	Раздел 2. Типология средств массовой информации	<p>2.1. Типология как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ Тип издания, телерадиопрограммы как разновидность, модель, характерная для определенной группы СМИ. Типоформирующие факторы СМИ: характер аудитории, характер передаваемой информации, целевое назначение издания, телерадиопрограммы, технологические, экономические, организационные и другие факторы. Эволюция типологической модели СМИ в процессе реформирования общества. Особенности инструментальной модели СМИ и модели СМИ как «четвертой власти». Дифференциация структуры СМИ по характеру аудитории.</p>

	<p>Предметно-тематическая специализация изданий и программ. Целевое назначение изданий и его влияние на типологическую структуру СМИ. Целевое назначение и концепция СМИ. Периодичность, объем, время выхода и другие типологические признаки изданий.</p> <p>Организационные факторы СМИ. Организационно-правовые факторы (ЗАО, ОАО, ТОО и др.). Организационно-политические факторы (СМИ различных органов власти, партий, движений, общественных организаций). СМИ научных организаций, творческих союзов, обществ, образовательных учреждений. СМИ различных органов управления экономикой (министерств, ведомств, корпораций и др.).</p> <p>2.2. Газеты и журналы</p> <p>Газета как тип издания. Еженедельник и ежедневная газета: общее и особенное. Основные тенденции развития современной газетной периодики. Общеполитические и специализированные газеты. Вечерние и утренние газеты.</p> <p>Журнал как тип издания. Типология журнальной периодики и характер развития типологической структуры в современных условиях. Журналы общественно-политические, литературно-художественные, технические, производственные и др.</p> <p>2.3. Телевидение и радиовещание</p> <p>Телевидение как системный объект. Дифференциация телевидения: по способу трансляции (эфирное, спутниковое, кабельное, кассетное); по типу деятельности (программопроизводящее, вещательное); по характеру аудитории (общероссийское, межгосударственное, региональное, местное); по предметно-тематическому признаку (общие и специализированные по тематике программы); по способу финансирования (бюджетное, госкапиталистическое, финансово-промышленными группами, отдельными компаниями, спонсирование и др.); по формам собственности (государственная, государственно-кооперативная, частная, смешанная, принадлежащая зарубежному капиталу).</p> <p>Организация структуры телевидения: Международная ассоциация радио и телевидения (МАРТ), Ассоциация спутникового телевидения (АСТ), ТВ-фонд, межрегиональные телеассоциации [Национальная ассоциация телекомпаний (НАТ), Российская ассоциация региональных телекомпаний (РАРТ), Независимая вещательная система (НВС), Сеть телевизионных станций (СТС) и др.].</p> <p>Развитие общероссийского и регионального телевидения. Аудитория общероссийских и местных телеканалов. Перспективы развития многопрограммного телевидения.</p> <p>Радиовещание в структуре СМИ. Трансформация системы государственного радиовещания. Развитие системы коммерческих радиостанций. Дифференциация типологической структуры радиопрограмм по характеру аудиторий, функциональным характеристикам и тематической специализации.</p> <p>2.4. Информационные агентства и другие формы</p>
--	---

		<p>информационного обслуживания СМИ Информационные агентства в системе СМИ. Типы информационных агентств и специфика их продукции. Система информационных агентств РФ. Информационные агентства ИТАР-ТАСС, Интерфакс, РИА «Вести»; их типологические и профильные характеристики. Специализированные информационные агентства на рынке информации. Региональные агентства и характер их развития. Рекламные агентства, PR-агентства, пресс-службы и пресс-центры в массовом информационном процессе. Мобильные медиа и перспективы их развития. 2.5. Книгоиздание Роль книги в структуре современных коммуникаций. Трансформация книгоиздания России в процессе становления рыночных отношений. Влияние низкой платежеспособности населения на характер книгоиздания. Плюрализм форм собственности в современном издательском деле. Развитие различных организационно-правовых форм (ОАО, ЗАО, ТОО и др.). Государственная собственность на крупные полиграфические предприятия и ее влияние на современное книгоиздание. Влияние новых информационных технологий на современный издательский процесс. Проблемы обновления материально-технической базы. Роль электронной книги в книгоиздании. Основные тенденции выпуска книжной продукции по тематическим разделам и целевому назначению.</p>
3	<p>Раздел 3. Тенденции развития системы СМИ в условиях общественной трансформации</p>	<p>3.1. Процессы становления открытого общества и их воздействие на систему СМИ Экономическое и политическое реформирование общества и тенденции структурной трансформации СМИ. Формирование институтов гражданского общества и характер их воздействия на структуру СМИ. Развитие современных информационных технологий и перспективы преобразования системы СМИ. 3.2. Информационный рынок как фактор трансформации системы СМИ Система средств массовой информации в условиях информационного рынка. Особенности дифференциации СМИ по формам собственности. Государственные СМИ. Влияние частной, государственно-капиталистической собственности, собственности финансово-промышленных групп на систему СМИ. Иностраный капитал в российских СМИ. Дифференциация СМИ по характеру инвестиций. Инвестиционные и рекламные СМИ. Влияние платежеспособного спроса аудитории на структуру средств массовой информации (подписка, розница, абонентная плата и др.). Процессы концентрации и монополизации в системе СМИ. 3.3. Влияние информационных и коммуникационных технологий на систему СМИ Состояние и характер развития технологий в процессе перехода к информационному обществу и их влияние на</p>

	деятельность печати, телевидения, радиовещания, информационных агентств и других СМИ. Характеристика Интернета как новой информационной среды и нового СМИ. Сетевые СМИ и тенденции их развития. Особенности распространения в России спутникового и кабельного телевидения. Видео, аудио, CD-ROM в структуре массовых коммуникаций.
--	--

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

<i>Форма контроля</i>	<i>Макс. количество баллов</i>	
	<i>За одну работу</i>	<i>Всего</i>
<i>Текущий контроль:</i>		
- контрольная работа	30 баллов	30 баллов
- тестирование	30 баллов	30 баллов
<i>Промежуточная аттестация (зачет)</i>		40 баллов
<i>Итого за семестр (дисциплину)</i>		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Примерный перечень вопросов к контрольной работе ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-5.1; ОПК-5.2:

1. Каково основное требование к СМИ как целостному образованию?
2. Почему СМИ называют системным образованием?
3. Охарактеризуйте систему СМИ.
4. Достаточно ли оптимальна структура СМИ в переходный период?
5. Кто осуществляет функции организации и регулирования СМИ?
6. Что такое «организация СМИ»?
7. Как влияет аудиторный фактор на современные российские СМИ?
8. Как влияет функциональный фактор на современные СМИ?
9. Влияет ли рекламный фактор на преобразования в СМИ?
10. Как влияет техническая сфера СМИ на их трансформацию в современных условиях?
11. Что такое тип СМИ?
12. В чем специфика информационного агентства?
13. На чем основывается дифференциация СМИ по характеру аудитории?
14. Что такое типология СМИ?
15. Назовите основные типобразующие факторы СМИ.
16. Какие типы информационных агентств вы знаете?

17. Какие страны мира входят в ведущую тройку по числу подключений Интернета на 1000 жителей?
18. Можно ли классифицировать информационные агентства по их экономическим особенностям?
19. Какие коммуникации осуществляются в сфере духовной деятельности?
20. Почему значительная часть изданий России печатается за рубежом?
21. Назовите ведущие страны мира по количеству телевизоров на 1000 жителей.
22. Что такое издательский дом?
23. С какими СМИ массовая аудитория в настоящее время мало взаимодействует?
24. Какая дифференциация по характеру информации происходит в СМИ?

Критерии оценки письменной контрольной работы:

21-30 баллов – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы

11-20 баллов - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос

5-10 баллов - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

0-4 баллов - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки.

Примерные вопросы для тестирования(ОПК-3, ОПК-5):

1. Какой термин в 2004 году изобрел британский журналист Генри О'Брайен?
 - А. Кликтивизм
 - Б. Конвергенция
 - В. Life Hack
 - Г. Подкаст
2. Что такое репортажи в стиле Life Hack?
 - А.Полезные способы и интересные решения повседневных проблем
 - Б. «Мобильная» журналистика
 - В. Репортаж из горячих точек
 - Г. Talk-show
3. Как может помочь «пирамида потребностей» А. Маслоу при создании репортажа?
 - А. Понимание мотивации человека позволяет оценить уровень его доходов
 - Б. Понимание мотивации человека позволяет оценить уровень его умственного развития
 - В. Понимание мотивации позволяет оценить степень готовности потенциальной аудитории воспринимать в данный момент ту или иную информацию.

Г. Понимание мотивации человека позволяет оценить возраст аудитории

4. Стоит ли учитывать «диффузию инноваций» при составлении сценария репортажа об инновационных технологиях?

А. Да

Б. Нет

В. Стоит, если аудитория является Digital Outsiders

Г. Стоит, если аудитория является Digital Detox

5. Какой аудитории будет интереснее репортаж о хай-тек новинках?

А. Новаторы

Б. Раннее большинство

В. Позднее большинство

Г. Отстающие

6. Какое количество доводов можно использовать в одном репортаже исходя из теории «Кошелька Миллера»?

А. 7+/- 2

Б. 10+/-8

В. 3+/-2

Г. 15+/-12

7. Кликтивизм – это:

А. Количество «лайков» любого Интернет-поста

Б. Использование социальных медиа и других он-лайн ресурсов для продвижения материала

В. Интонационное выделение особо важных частей в тексте

Г. Новостной повод

8. Какие существуют новые тенденции в социальных медиа (отметьте один неверный ответ)?

А. Растущие этические проблемы (этика использования материала из социальных сетей)

Б. Геолокационные обновления

В. Плохой Интернет

Г. Новые обновления социальных медиа

9. Каковы предпосылки появления кликтивизма?

А. Рост пользователей социальных сетей

Б. Понижение уровня образования

В. Рост инфляции в России

Г. Снижение интереса к Интернету

10. Какое положение ладоней лучше использовать при ведении репортажа?

А. Положение ладони вверх

Б. Положение ладони вниз

В. Положение «указующего перста»

Г. Положение «руки за спиной»

11. Какой вид рукопожатия лучше использовать при знакомстве с интервьюируемым?

- А. «Уступающий инициативу»
- Б. «Хозяин положения»
- В. «Равноправное рукопожатие»
- Г. При знакомстве не следует жать руку вообще

12. Какой из жестов обозначает разочарование и желание скрыть свое неприятие?

- А. Ладони параллельно друг другу лежат на столе
- Б. Скрещенные пальцы рук подняты на уровне лица
- В. Руки в карманах в положении стоя
- Г. Потирание носа

13. Какое положение рук лучше использовать при доказательстве своей позиции в репортаже?

- А. «Шпалеобразное положение рук»
- Б. Скрещенные на груди руки с вертикально выставленными большими пальцами рук
- В. Потирание века
- Г. Поглаживание подбородка

15. «Очередность приводимых аргументов влияет на их убедительность (сильные — средние — один самый сильный)», — это правило:

- А. Эдипа
- Б. Сократа
- В. Платона
- Г. Гомера

16. Какую тенденцию описал Тим О'Рейлли в своей статье «What is Web 2.0»?

- А. Развития социальных сетей и Интернет сообщества
- Б. Снижения уровня IQ у подростков
- В. Клипового восприятия СМИ аудиторией
- Г. Низкой «скорости» Интернета

17. К какому из приемов убеждения подходит данное высказывание:

«Если интервьюер начнет диалог в русле выраженного личного интереса интервьюируемого, то это вызовет его повышенную вербальную активность?»

- А. Прием "имя собственное"
- Б. Прием "зеркало отношения"
- В. Прием "терпеливый слушатель"
- Г. Прием "личная жизнь"

18. Какому из нижеприведенных методов аргументации и контраргументации подходит данное высказывание: «При написании статьи, чтобы склонить потенциальную аудиторию к своей точке зрения, можно посредством частичных выводов привести читателя\зрителя\юзера к желаемому выводу?»

- А. Фундаментальный метод
- Б. Метод поиска противоречия
- В. Метод достижения последовательных выводов
- Г. Метод деления

19. Какой аудитории СМИ свойственно «клиповое мышление»?

- А. 12-29
- Б. 40-49
- В. 50-59
- Г. 65+

20. Потенциальная аудитория, это:

- А. Группа людей, которая является потребителем определенного контента СМИ
- Б. Группа людей, которая может войти в реальную аудиторию СМИ после ряда мероприятий со стороны редакции
- В. Группа людей, на которую направлена деятельность СМИ, и в которой они заинтересованы видеть своих потребителей.
- Г. Группа людей, которая мигрирует от одного СМИ к другому

21. За какое время аудитория может принять решение уйти на «другую кнопку»?

- А. в первые 10 – 20 секунд
- Б. в первые 20 – 40 секунд
- В. в первые 2 – 4 минуты
- Г. в первые 6 – 10 минут

22. Какой из нижеперечисленных жестов может подтвердить, что интервьюированный скрывает свои мысли? (выберите неверный вариант)

- А. Прикосновение к Носу
- Б. Потирание Века
- В. Почесывание и потирание Уха
- Г. Поглаживание Подбородка

23. На каком расстоянии лучше задавать вопросы, чтобы интервьюированный чувствовал себя комфортно?

- А. 45 см
- Б. 1,2 метра
- В. 3,6 метров
- Г. Более 3,6 метров

24. Какой оттенок чаще всего присущ стереотипам?

- А. Положительный
- Б. Отрицательный
- В. Нейтральный
- Г. Формальный

25. Верно ли данное утверждение?

Для закрепления стереотипов пропаганда практикует многократное, настойчивое повторение одних и тех же слов, фраз.

- А. Да, верно
- Б. Нет, не верно

26. Какой из аспектов стереотипов верный по У. Липманну?

- А. Стереотипы часто бывают плодом нашего личного опыта.

- Б. Стереотипы всегда проще, чем реальность
- В. Все стереотипы верны
- Г. Стереотипы живут непродолжительное время

27. Зачем некоторые СМИ используют гипотезу «установления приоритетности новостей»?

- А. Для привлечения рекламодателей
- Б. Для определения реальной аудитории СМИ
- В. Для мониторинга потенциальных конкурентов
- Г. Для получения возможности направлять аудиторию, путём выделения наиболее важной, с их точки зрения, информации.

28. Какую тенденцию описал Тим О'Рейлли в своей статье «What is Web 2.0»?

- А. Развития социальных сетей и Интернет сообщества.
- Б. Снижения уровня IQ у подростков .
- В. Клипового восприятия СМИ аудиторией.
- Г. Низкой «скорости» Интернета.

29. В каком году понятие «информационной войны» было введено директивой министра обороны США?

- А. Декабрь 1992 г.
- Б. Апрель 1985
- В. Сентябрь 1960
- Г. Ноябрь 1930

30. «информационное оружие»?

- А. Компьютерные вирусы
- Б. Логические бомбы
- В. Желтая пресса
- Г. Средства подавления информационного обмена в телекоммуникационных сетях

31. Что не является психологическим средством ведения информационной войны?

- А. Психологическая обработка войск и населения
- Б. Идеологические диверсии и дезинформация
- В. Пропаганда и распространение ложных слухов
- Г. Организация патриотической платформы для дискуссии

32. В каком году утверждена Доктрина информационной безопасности РФ

- А. 2000
- Б. 1985
- В. 1998
- Г. 1991

33. Теорию бихевиоризма – науку о человеческом поведении разрабатывали:

- А. Э. Толмэн
- Б. Ч. Осгуда
- В. Дж. Уотсон
- Г. Ф. Скиннер

34. Укажите лишний тип восприимчивости «Диффузии инноваций»:

- А. Новаторы

- Б. Поздние новаторы
- В. Ранние последователи
- Г. Поздние последователи

35. Какую формулу ввел американский исследователь Дж. Уотсон?

- А. (S(стимул) – R (реакция)) - Стимул понуждает организм вести себя определенным образом и, соответственно, за этим следует какая-то определенная реакция .
- Б. (R (реакция) – S(стимул)) - Реакция понуждает организм вести себя определенным образом и, соответственно, за этим следует какой-то определенный стимул .
- В. (S(стимул) – S(стимул)) - Стимул понуждает организм вести себя определенным образом и, соответственно, за этим следует еще один стимул.
- Г. (R (реакция) – R (реакция)) - Реакция понуждает организм вести себя определенным образом и, соответственно, за этим следует последующая, более сильная реакция .

Тест содержит 30 вопросов.

Ключ к тесту:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
В	А	В	А	Б	А	Б	В	А	А	В	Б	А	А	Г	А	Г
18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
В	А	Б	А	Г	Б	Б	А	Б	Г	А	А	В	Г	А	В	Б
35																
А																

Критерии оценки тестирования: каждый правильный ответ – 1 балл. Итого - 30 баллов максимум.

Примерный перечень вопросов к зачету ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-5.1; ОПК-5.2:

1. Средства массовой информации как системный объект.
2. Целостность системы СМИ как единый интегральный результат ее функционирования.
3. Основные компоненты системы СМИ и характер их взаимодействия с ее средой.
4. Системные факторы трансформации СМИ.
5. Влияние аудиторного фактора на систему СМИ.
6. Предметно-тематическая универсализация и специализация СМИ.
7. Актуализация функций как фактор трансформации СМИ.
8. Редакционные факторы формирования и функционирования системы СМИ.
9. Влияние информационных и коммуникационных технологий на систему СМИ.
10. Информационный рынок как фактор трансформации системы СМИ.
11. Организация системы СМИ.
12. Типология как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ.
13. Общероссийские и межрегиональные СМИ в переходный период.
14. Пресса этнических общностей.

15. Краевые и областные СМИ.
16. Городская, районная и многотиражная пресса.
17. Деловая пресса в структуре СМИ. Печать отраслевых и профессиональных групп.
18. Типологические особенности изданий, телерадиопрограмм для женщин.
19. Типологические особенности изданий, телерадиопрограмм для мужчин.
20. Издания, телерадиопрограммы для родителей и для семьи.
21. Молодежная пресса: характер трансформации в условиях реформирования общества.
22. Детские издания и телерадиопрограммы.
23. Религиозные издания, телерадиопрограммы на современном этапе.
24. Политическая журналистика в структуре СМИ.
25. Художественные издания и телерадиопрограммы в структуре СМИ.
26. Процессы концентрации и монополизации в системе СМИ.
27. Рекламные СМИ в условиях становления рынка.
28. Информационные издания и телерадиопрограммы в типологической структуре СМИ.
29. Аналитические издания и телерадиопрограммы в типологической структуре СМИ.
30. Развлекательные СМИ: тенденции развития.
31. Печать как средство массовой информации.
32. Телевидение как средство массовой информации.
33. Радиовещание как средство массовой информации.
34. Интернет как информационная среда и как средство массовой информации.
35. Информационные агентства в системе СМИ.
36. PR и СМИ: характер взаимодействия.
37. Целевое назначение изданий и его влияние на типологическую структуру СМИ.
38. Организационные факторы и их влияние на типологическую структуру СМИ.
39. СМИ различных органов власти, партий, движений, общественных организаций.
40. СМИ научных организаций, творческих союзов, обществ, образовательных учреждений.
41. СМИ различных органов управления экономикой (министерств, ведомств, корпораций и др.).
42. Газета и еженедельник как типы издания. Основные тенденции развития современной газетной периодики.
43. Журнал как тип издания. Типология журнальной периодики и характер развития типологической структуры в современных условиях.
44. Глобальный характер развития информационного общества и медиасистема РФ.

Критерии оценки ответа:

35-40 баллов – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы

29-34 баллов - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос

20-28 баллов - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

0-20 баллов - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Источники

1. Закон Российской Федерации от 27.12.1991 №2124-1 «О средствах массовой информации» (действующая редакция от 18.04.2018). Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/

Литература

Основная

1. Медиа. Введение: Учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700) / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; Пер. с англ. [Ю.В. Никуличева]. — 2-е изд. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 550 с. — (Серия «Зарубежный учебник») - ISBN 978-5-238-00960-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028522>

2. Вирен, Г. **Современные медиа: приемы информационных войн** : в / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - ISBN 978-5-7567-0824-0. - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1038950>

3. Баранова Екатерина Андреевна Процесс конвергенции СМИ и журналистское образование [Электронный ресурс] = Convergence process in the media and journalism

education : статья / Е.А.Баранова // Медиаском. Вып. 1. 2010 г. - 6 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=506071>

4. Коханова, Л.А. Основы теории журналистики: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика» / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 536 с. — (Серия «Медиаобразование»). - ISBN 978-5-238-01499-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028742>

5. **Конвергентная журналистика как новая модель для медиабизнеса** [Электронный ресурс] : статья / Материалы международной научно-практической конференции «Журналистика в 2014 году. СМИ как фактор общественного диалога». – Москва : МедиаМир, 2015. – С. 20-21. - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/506113>

Дополнительная

1. Марков, А. А. Теория и практика массовой информации : учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова ; под общ. ред. А.А. Маркова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 252 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2047. - ISBN 978-5-16-006505-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1210727>

2. Гуриков, С. Р. Интернет-технологии : учебное пособие / С.Р. Гуриков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 174 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/1044018. - ISBN 978-5-16-019834-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2137802>

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

Cambridge University Press

ProQuest Dissertation & Theses Global

SAGE Journals

Taylor and Francis

JSTOR

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс

2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение дисциплины базируется на ресурсах любого класса, укомплектованного мультимедийным проектором, компьютером и экраном, доской.

Состав программного обеспечения:

Windows

Microsoft Office

Adobe Master Collection

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:

- устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
- дисплеем Брайля PAC Mate 20;
- принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы *практических занятий*

Раздел 1. Тема «Предмет, задачи и структура курса «Система СМИ». Средства массовой информации как системный объект. (6 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Системный подход в изучении журналистики. Моделирование как метод познания систем.
2. Почему СМИ называют системным образованием?
3. Каково основное требование к СМИ как целостному образованию?
4. Охарактеризуйте систему СМИ.

Задание для самостоятельной работы:

1. Составьте графическую схему системы журналистики и дайте формулировки ее элементам.
2. Составьте схему модели систем журналистики, предложенных российскими учеными – Е.П. Прохоровым, Э.Г. Багировым, другими исследователями (по выбору).

Раздел 2. Тема «Типология средств массовой информации» (6 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Телевидение как системный объект. Дифференциация телевидения. Организация структуры телевидения. Перспективы развития многопрограммного телевидения.
2. Радиовещание в структуре СМИ. Трансформация системы государственного радиовещания. Дифференциация типологической структуры радиопрограмм.

3. Информационные агентства в системе СМИ. Типы информационных агентств и специфика их продукции.

4. Рекламные агентства, PR-агентства, пресс-службы и пресс-центры в массовом информационном процессе. Мобильные медиа и перспективы их развития.

5. Книгоиздание. Трансформация книгоиздания России в процессе становления рыночных отношений. Основные тенденции выпуска книжной продукции по тематическим разделам и целевому назначению.

Задание для самостоятельной работы:

Подготовьте аналитическое сообщение по теме (по выбору студента):

а). Природа, противоречия, перспективы развития телевидения как средства массовой информации.

б). Радиовещание в России: современное состояние и тенденции развития.

в). Мобильные медиа и перспективы их развития.

Раздел 3. Тема «Тенденции развития системы СМИ в условиях общественной трансформации (8 ч.)»

Вопросы для обсуждения:

1. Процессы становления открытого общества и их воздействие на систему СМИ. Формирование институтов гражданского общества и характер их воздействия на структуру СМИ.

2. Информационный рынок как фактор трансформации системы СМИ. Влияние информационных и коммуникационных технологий на систему СМИ, деятельность печати, телевидения, радиовещания, информационных агентств и других СМИ.

3. Характеристика Интернета как новой информационной среды и нового СМИ.

4. Сетевые СМИ и тенденции их развития. Особенности распространения в России спутникового и кабельного телевидения. Видео, аудио, CD-ROM в структуре массовых коммуникаций.

Задание для самостоятельной работы:

1. На основе лекции, рекомендованной литературы и по материалам СМИ, подготовьте аналитическое сообщение на темы (по выбору студента):

а) «Глобальные проблемы современности в проблематике СМИ»;

б) «Официальные российские СМИ и национальная информационная политика».

в) «Влияние СМИ на политический выбор молодежи».

2. Проанализируйте «Доктрину информационной безопасности Российской Федерации» и

объясните, в чем заключаются основные задачи государственной информационной политики? Какова роль СМИ в реализации обозначенных целей и задач?

3. Опишите свою модель современного информационного общества. Какова его природа, противоречия, перспективы развития.

Приложение 1

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Современные медиасистемы» входит в состав обязательной части учебного плана магистратуры по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика

Цель курса: изучить системные закономерности средств массовой информации и механизмов регулирования на их основе структуры, а также процессов дифференциации и интеграции журналистской деятельности, организации и самоорганизации медиасистемы.

Из цели курса вытекают задачи, реализация которых в ходе изучения дисциплины позволяет достигнуть поставленной цели.

Задачи курса:

- получить представления об основных типах российских СМИ, их истории, специфике, теории и современной практике;
- овладеть приемами и методами классификации и типологического анализа различных СМИ;
- рассмотреть периодическую печать как системный объект;
- ознакомить студентов с системными особенностями современного теле- и радиовещания;
- изучить внешние связи печатных СМИ с другими средствами массовой информации, с аудиторией и с различными социальными структурами;
- выработать представления об особенностях журналистского труда в структурных медийных образованиях

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные принципы формирования системы средств массовой информации; о современном состоянии системы СМИ России с точки зрения ее структуры, организационных форм (медиахолдинги, издательские дома, акционерные общества и т.п.), ориентироваться в ее инфраструктуре; главные, отличительные черты различных средств массовой информации (пресса, телевидение, радиовещание, информационные агентства, интернет-СМИ, мобильные медиа), типов и видов СМИ, их базовые типологические признаки: функции, аудитория, принципы формирования содержания (контента), методы работы журналиста; базовые принципы разработки концепции, модели издания, теле- или радиопрограммы, рубрики, методы их анализа.

Уметь: использовать полученные знания в коллективной и индивидуальной журналистской работе; применять теоретические знания об организации работы редакции при обосновании практических решений, касающихся профессиональной деятельности; понимать функциональные особенности собственного места в редакционном коллективе периодического издания или иного вида и типа СМИ; выделять актуальные проблемы медиаисследований в целом и в определенной области;

Владеть: системным подходом и основанным на нем методом типологического анализа СМИ в работе журналиста, строить её, учитывая специфику средства массовой информации, его вида и типа; навыками описания и классификационно-типологического анализа различных видов, типов СМИ; навыками сравнительного анализа медиасистем разных видов, методами медийного проектирования.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.