

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Смоленский государственный университет»

Кафедра литературы и журналистики

«Утверждаю»
Проректор по учебно-
методической работе
_____ Ю.А. Устименко
«12» сентября 2019 г.

**Рабочая программа дисциплины
Б1.О.19 Система СМИ**

Направление подготовки: **42.03.02 Журналистика**
Направленность (профиль): **Периодическая печать**
Форма обучения – очная
Курс - 1
Семестр - 2
Всего зачетных единиц – 2; часов – 72
Форма отчетности: зачет – 2 семестр

Программу разработал:
кандидат филологических наук, доцент кафедры литературы и журналистики М.В.Ливанова.

Одобрена на заседании кафедры
«05» сентября 2019 г., протокол № 1

Смоленск
2019

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Б1.О.19 «Система СМИ» включена в базовую часть образовательной программы. Для ее освоения студент должен обладать знаниями, умениями и навыками, полученными в результате изучения предшествующих курсов Б1.О.17«Введение в профессию» и Б1.О.18 "Основы теории журналистики". Изучение дисциплины Б1.О.19"Система СМИ" позволит создать условия, необходимые для формирования у студентов современного представления о технологических, экономических, функциональных, содержательных, аудиторных факторах формирования и развития медиасистемы. Курс Б1.О.19 «Система СМИ» является базовым для обязательных дисциплин вариативного цикла"Специализированная журналистика", "Современные российские СМИ", прохождения учебной и производственных практик.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индикаторы достижения
УК-1: способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знать: основные принципы и требования системного подхода к решению поставленных задач; Уметь: осуществлять поиск, отбор информации, интерпретировать ее для решения поставленных задач, формировать собственные суждения и убедительно обосновать их; Владеть: навыками отбора, критического анализа и синтеза информации в соответствии с поставленной проблемой.
ПК-1: способность участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	Знать: об использовании творческих решений в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики; Уметь: решать поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики и нести ответственность за результат; Владеть: приемами реализации журналистского проекта в рамках своих полномочий.

3. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	Трансформация системы СМИ в постсоветском пространстве	Модели прессы постсоветского периода. Экономические и политические реформы. Журналистика между государством, бизнесом и гражданами. Тренды структурной трансформации СМИ.
2	Средства массовой информации как системный объект	Система СМИ и ее среда. Основные подсистемы в СМИ: техническая, экономическая, редакционная, информационная, аудиторная. Организация СМИ.
3	Влияние аудитории на систему СМИ	Аудитория как подсистема СМИ. Особенности различных групп как фактор формирования системы СМИ. Регионализация информационного пространства.
4	Предметно-тематическая универсализация и специализация СМИ	Основные типы универсальных по тематике изданий и телерадиопрограмм. Структура специализированных по тематике СМИ. Виды специализированной периодики. Нишевые издания.
5	Функции как фактор дифференциации системы СМИ	Актуализация и деактуализация функций СМИ и отражение этих процессов в их структуре. Функциональная дифференциация СМИ.

6	Информационный рынок как фактор трансформации системы СМИ	Влияние форм собственности на структуру СМИ. Иностраный капитал в российских СМИ. Концентрация и монополизация информационного рынка. Инвестиционные и рекламные СМИ. Медиахолдинги.
7	Типология средств массовой информации	Типология как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ. Типоформирующие факторы. Эволюция типологической модели СМИ.
8	Газета в системе периодических изданий	Стандарты качественной, массовой, бульварной прессы. Традиционная печатная пресса, новые медиа и социальные сети. Региональные, локальные издания.
9	Журнал в системе периодических изданий	Типология журнальной периодики и характер ее развития. Общественно-политические, глянцевого, трэвел, лайфстайл и др. типы журналов.
10	Информационные агентства и другие структуры информационного обслуживания СМИ	Типы информационных агентств и специфика их продукции. Мировые информационные агентства. Система информационных агентств РФ. Рекламные агентства, PR-агентства, пресс-службы и пресс-центры в массовом информационном процессе.
11	Влияние информационных и коммуникационных технологий на систему СМИ и развитие новых медиа	Дигитализация как ведущая тенденция медиасистемы. Социальные сети и СМИ. Интернет-СМИ как часть медиасистемы. Типы интернет-СМИ. Особенности контента. «Традиционные» СМИ в новой медийной среде. Конвергенция и мультимедийность СМИ. Гражданские медиа.

4. Тематический план

№ п/п	Разделы и темы	Всего часов	Формы занятий		
			Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа
1	Трансформация системы СМИ в постсоветском пространстве	8	2	2	4
2	Средства массовой информации как системный объект	8	2	2	4
3	Влияние аудитории на систему СМИ	8	2	2	4
4	Предметно-тематическая универсализация и специализация СМИ	6		2	4
5	Функции как фактор дифференциации системы СМИ	6		2	4
6	Информационный рынок как фактор трансформации системы СМИ	4		2	2
7	Типология средств массовой информации	8	2	2	4
8	Газеты в системе периодических изданий	8	2	2	4

9	Журналы в системе СМИ	6	2		4
10	Информационные агентства и другие структуры информационного обслуживания СМИ	4	2		2
11	Влияние информационных и коммуникационных технологий на систему СМИ и развитие новых медиа	6	2		4
	ИТОГО	72	16	16	40

5. Виды образовательной деятельности

Лекции

Лекция № 1. Трансформация системы СМИ в постсоветском пространстве

Функционирование СМИ в современной структуре российского общества. Модели прессы постсоветского периода. Журналистика между государством, бизнесом и гражданами. Экономическое и политическое реформирование общества и тенденции структурной трансформации СМИ. Информационные технологии и преобразования системы СМИ.

Лекция № 2. Средства массовой информации как системный объект

Система СМИ и ее среда. Целостность системы СМИ. Дифференциация и интеграция.

Основные подсистемы в СМИ: техническая, экономическая, редакционная, информационная, аудиторная; их характеристика. Функции и структура системы СМИ. Организация СМИ как организованность системы и как организационный процесс.

Лекция № 3. Влияние аудитории на систему СМИ

Аудитория как подсистема СМИ. Количественные и социально-демографические характеристики. Типы аудитории.

Особенности различных групп, их потребности и интересы как фактор формирования системы СМИ. Регионализация информационного пространства. Возрастание роли аудиторного фактора в системе СМИ России.

Лекция № 4. Типология средств массовой информации

Типология как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ. Типоформирующие факторы СМИ: характер аудитории, передаваемой информации, целевое назначение, технологические, экономические, организационные и другие факторы.

Эволюция типологической модели СМИ в процессе реформирования общества. Инструментальная модель СМИ и модель СМИ как «четвертой власти».

Лекция № 5. Газета в системе периодических изданий

История становления и развития газеты. Стандарты качественной, массовой, бульварной прессы. Еженедельные и ежедневные издания. Общеполитические и специализированные газеты. Традиционная печатная пресса, новые медиа и социальные сети: конкуренция и взаимодействие. Федеральные, региональные, локальные издания.

Лекция № 6. Журнал в системе периодических изданий

Журнал как тип издания. Особенности становления и развития типа. Типология журнальной периодики и характер развития типологической структуры в современных условиях. Журналы общественно-политические, литературно-художественные, глянцевого, трэвел, лайф стайл и др. Редакционная система журналов.

Лекция № 7. Информационные агентства и другие структуры информационного обслуживания СМИ

Типы информационных агентств и специфика их продукции. Мировые информационные агентства. Система информационных агентств РФ. ТАСС, Интерфакс, РИА «Новости», их типологические и профильные характеристики. Специализированные информационные и региональные агентства на рынке информации. Рекламные агентства, PR-агентства, пресс-службы и пресс-центры в массовом информационном процессе.

Лекция № 8. Влияние информационных и коммуникационных технологий на систему СМИ и развитие новых медиа.

Дигитализация как ведущая тенденция медиасистемы. Социальные сети и СМИ. Интернет-СМИ как часть медиасистемы. Типы интернет-СМИ: дифференциация по тематике, целевому назначению, характеру аудитории. Особенности контента. «Традиционные» СМИ в новой медийной среде. Конвергенция и интернет-СМИ. Гражданские медиа.

Практические занятия

Тема 1. Трансформация системы СМИ в постсоветском пространстве

Вопросы для обсуждения

1. Модели прессы постсоветской России.
2. Становление публичной сферы в России.
3. СМИ и власть.
4. Процесс регионализации российских СМИ.
5. Трансформация типологии СМИ: от вертикали к горизонтали.
6. Стратегия движения к информационному обществу.

Тема 2. Средства массовой информации как системный объект

Вопросы для обсуждения

1. СМИ как социальная система. Целостность системы СМИ, причины и следствия ее нарушения.
2. Компоненты системы СМИ:
 - а) технологический;
 - б) экономический;
 - в) аудиторный;
 - г) информационный;
 - д) редакционный.
3. Структура системы СМИ.
4. Функции системы СМИ.
5. Организация системы СМИ. Государственная информационная политика:
 - а) деятельность Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям (ФАПМК);
 - б) деятельность Комитета по информационной политике Государственной Думы РФ;
 - в) указы Президента РФ и постановления Правительства РФ по вопросам прессы.

Тема 3. Влияние аудитории на систему СМИ

Вопросы для обсуждения

1. Влияние аудитории на формирование системы СМИ.
2. Количественные и качественные характеристики аудитории.
3. Особенности различных аудиторных групп.
4. Уровни влияния аудитории на систему СМИ: информационные интересы, вызовы времени.
5. Тенденции в поведении аудитории:
 - а) способы приобретения изданий;
 - б) регулярность чтения;
 - в) тематические предпочтения.
6. Дифференциация изданий по типам аудитории.

Тема 4. Предметно-тематическая универсализация и специализация СМИ

Вопросы для обсуждения

1. Универсальные массовые издания. Основные типы.
2. Федеральные и региональные общественно-политические издания.
3. Структура специализированных СМИ.
4. Нишевые издания.

Тема 5. Функции как фактор дифференциации системы СМИ

Вопросы для обсуждения

1. Функции СМИ как коммуникативной системы:
 - а) функции различных видов духовной деятельности (научной, художественной, публицистической);
 - б) функции духовно-практической деятельности (политической, образовательной, воспитательной);
 - в) функции практических видов деятельности (экономической, бытовой).
2. Публицистические функции СМИ:
 - а) информационные;
 - б) аналитические;
 - в) развлекательные.
3. Влияние информационных функций на структуру СМИ. Новостные издания и программы.
4. Аналитические функции и структура СМИ. Качественные издания.
5. Развитие развлекательных СМИ. «Желтая» (бульварная) пресса.
6. Организационные функции журналистики и их влияние на систему СМИ.

Тема 6. Информационный рынок как фактор трансформации системы СМИ

Вопросы для обсуждения

1. «Старый» и «новый» российский медиарынок.
2. Дифференциация СМИ по формам собственности:
 - а) государственные СМИ;
 - б) предприятия со смешанной формой собственности;

- в) частные медиакампании;
- г) СМИ с участием иностранного капитала.
- 3. Дифференциация СМИ по характеру инвестиций:
 - а) рекламные СМИ;
 - б) инвестиционные СМИ.
- 4. «Нежурналистские» секторы медиарынка:
 - а) рекламный бизнес;
 - б) службы паблик рилейшнз;
 - в) информационные службы.
- 5. Концентрация и монополизация в системе СМИ.
- 6. Ведущие газетно-издательские компании. Издательские дома и информационные группы.

Тема 7. Типология средств массовой информации

Вопросы для обсуждения

1. Типология как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ.
2. Ведущие типоформирующие факторы СМИ:
 - а) характер аудитории;
 - б) целевое назначение издания;
 - в) тип издателя (учредителя);
 - г) характер содержания (контента СМИ).
3. Особенности инструментальной модели и модели СМИ как «четвертой власти».
4. Технологические типологические признаки: периодичность, объем, тираж и др. Дифференциация СМИ по характеру аудитории.
5. Универсальные и монотематические издания.
6. Функциональные типы изданий.
7. Тенденции развития типологической системы газетной периодики.

Тема 8. Газета в системе периодических изданий

Вопросы для обсуждения

1. Общие особенности печатных СМИ.
2. Ежедневные газеты и еженедельники: типологические особенности.
3. Общероссийские газеты.
4. Региональные газеты:
 - а) областные;
 - б) городские;
 - в) районные;
5. Тематическая структура газетных изданий:
 - а) деловая пресса;
 - б) рекламная пресса;
 - в) общеполитическая пресса;
 - г) молодежная пресса;
 - д) религиозная пресса.
6. Тенденции развития российских газет.

Самостоятельная работа

Тема 1. Трансформация системы СМИ в постсоветском пространстве

1. Прочитайте и проанализируйте: Введение. Десять лет свободы печати в России // Средства массовой информации постсоветской России. - М. 2002.; Глава 1. Тенденции функционирования СМИ в современной структуре российского общества // Средства массовой информации России. 2-е изд., испр. и доп. - М. 2011.
2. Заполните таблицу «Модели постсоветской журналистики».

№ п/п	Название модели	Тип собственника	Характеристики модели

Тема 2. Средства массовой информации как системный объект

1. Прочитайте и составьте конспект главы «Системные характеристики СМИ» // Средства массовой информации России. 2-е изд., испр. и доп. - М. 2011. .
Ответьте на вопросы:
 - а) Что такое массовая коммуникация?
 - б) Каковы основные требования к СМИ как системному образованию?
 - в) Каковы компоненты системы СМИ?
 - г) Когда образуется единое информационное пространство?
 - д) С какими видами деятельности связаны СМИ?
2. Ознакомьтесь с материалами сайта Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям www.farpmc.ru. Выделите основные задачи ФАПМК в осуществлении функций организации системы СМИ.

Тема 3. Влияние аудитории на систему СМИ

Тема 4. Предметно-тематическая универсализация и специализация СМИ.

Тема 5. Функции как фактор дифференциации системы СМИ.

Тема 6. Информационный рынок как фактор трансформации системы СМИ.

Подготовьте доклад (аналитический обзор) одной из типологических групп периодической печати. Выберите тему из перечисленных в разделе **6.1.** или предложите собственную. Работу можно организовать в микрогруппах по 2-3 человека. Подготовьте выступление и презентацию (15-20 минут) и примите участие в обсуждении других докладов.

Тема 7. Типология средств массовой информации

Пользуясь методикой медиакартирования (квалификации изданий по типологическим признакам) в разделе **6.1.**, составьте медиакарту газеты или журнала (по выбору).

Тема 8. Газета в системе периодических изданий

1. Сравните внешние и формальные признаки разных типов газет (формат, цветность, дизайн, иллюстративный ряд, тираж) – например, качественных и бульварных. Сделайте вывод о наличии (или отсутствии) взаимовлияния данных признаков на внешний вид разных групп изданий.

2. Заполните сравнительную таблицу признаков качественной, массовой и бульварной прессы.

Признаки	Качественная	Массовая	Бульварная
1. Аудиторные			
2. Функциональные			
3. Содержательные			

Тема 9. Журнал в системе периодических изданий

1. Ознакомьтесь с содержанием раздела «Журналы в системе СМИ: типология и «ниши» изданий // Типология периодической печати. - М. 2007. Составьте перечень ведущих типологических признаков журнальной периодики. Сравните данную классификацию с представленной в: Система средств массовой информации России. - М., 2011. В чем различие приведенных в этих учебных пособиях ведущих типологических признаков журнала?

2. Дайте типологическую характеристику одного из выходящих в Смоленске журналов («Смоленск», «Гудвилл" и др.), пользуясь квалификационными признаками медиакарты.

Тема 10. Информационные агентства и другие структуры информационного обслуживания СМИ

Познакомьтесь с сайтом информационного агентства Интерфакс. Составьте перечень основных тематических разделов и сделайте вывод об универсальности или специализации новостной информации агентства.

Тема 11. Влияние информационных и коммуникационных технологий на систему СМИ и развития новых медиа

Сравните традиционную (текстовую) и электронную версии одной из локальных газет Смоленской области (Ярцевского, Сафоновского, Вяземского районов). Изучите аккаунты газеты в социальных сетях ВКонтакте и Одноклассники. Какие функции и сервисы электронной версии создают новые возможности для презентации контента и развития интерактивных связей с аудиторией?

6. Критерии оценивания результатов освоения дисциплины

6.1. Оценочные средства и критерии оценивания для текущей аттестации

1. Тестирование

Пример тестового задания

Внимательно прочтите вопрос и все варианты ответов на него. Затем обведите кружком номер ответа, который является, по вашему мнению, правильным. Некоторые вопросы предусматривают выбор не одного, а нескольких ответов. Обведите кружком номер каждого из них.

- 1) Включает ли в себя среда системы СМИ материально-техническую сферу общества?
 1. Не включает, так как СМИ являются деятельностью по производству информационных продуктов.
 2. Включает, так как СМИ не могут существовать без современных информационных и коммуникационных технологий.

2) Какие требования к проведению диалога существуют в СМИ ?

1. Обеспечить участие в диалоге представителей всех сторон.
2. Обеспечить участие всех оттенков позиции каждой силы, вовлеченной в конфликт.
3. Не вмешиваться в конфликт, пока вас участники конфликта не попросят.
4. Требований к проведению диалога не существует.

3) Какие изменения происходят в СМИ под воздействием экономического фактора?

1. В условиях рыночных отношений он удаляет с рынка слабые, не интересующие широкую аудиторию СМИ.
2. Неуклонно развиваются поддерживаемые капиталом СМИ, ставящие перед собой цели коммерческого характера - извлечения прибыли.
3. Развивается плюрализм различных форм собственности в системе СМИ.
4. В результате вторжения в сферу СМИ крупного капитала происходят процессы концентрации и монополизации СМИ.
5. Изменений под воздействием экономического фактора не происходит.

4) Что такое редакционная система СМИ ?

1. Это редакционно-издательские системы - современные технологии изготовления книг, журналов, других изданий.
2. Это типы различных редакционных структур - вертикальных, горизонтальных, смешанных.
3. Это совокупность различных редакций газет, журналов, других изданий, редакционных коллективов телевидения, радиовещания, информационных агентств, редакционных структур Интернет и объединяемых ими для производства информационных продуктов их создателей – авторов произведений публицистики, литературы, искусства, других текстов.

5) Какие типы редакционных систем существуют в российской журналистике?

1. Ориентированные на узкий круг штатных сотрудников редакции.
2. Имеющие широкий круг авторов, обеспечивающих удовлетворение информационных потребностей аудиторий.
3. Вынужденные ограничивать собкоровскую сеть и авторский состав с целью экономии редакционных расходов.
4. Ограничивающие круг авторов, не разделяющих позиции редакции.
5. Все названные выше ответы

6) Назовите основные типобразующие факторы СМИ.

1. Периодичность выпуска изданий и телерадиопрограмм.
2. Объем изданий и продолжительность вещания.
3. Жанровые особенности СМИ.
4. Характер аудитории, характер информации и целевое назначение СМИ.

7) На чем основывается дифференциация СМИ по характеру аудитории?

1. На общественном разделении труда, когда формируются группы умственного и физического, организаторского и исполнительского, индустриального и сельскохозяйственного труда.
2. В основе территориального разделения труда, формирования различных территориальных общностей людей.
3. Дифференциацию определяет наличие различных этнических, религиозных групп населения.

4. Возрастные и половые различия являются причиной дифференциации в структуре СМИ.
5. Все перечисленные выше основания.
- 8) Какова аудитория качественной газеты?
1. Это экономически более или менее состоятельные люди.
 2. Это люди, имеющие активный интерес к информационному полю, к политике, к экономике.
 3. Это люди, имеющие социальные амбиции.
 4. Все данные выше ответы.
- 9) Каковы основные признаки «желтой» прессы?
1. Преобладание скандальной, сенсационной, экзотической и развлекательной информации.
 2. Политическая ангажированность издания.
 3. Ориентация на аудиторию с невысокими доходами и непритязательными вкусами.
 4. Преобладание аналитических функций над информационными, развлекательными, рекламно-справочными.
 5. Стремление соответствовать «человеческим интересам» (самосохранение, любовь и размножение, тщеславие).
 6. Высокие тиражи изданий.
- 10) Какие из перечисленных типологических групп изданий, теле- и радиопрограмм формируются по признаку целевого назначения?
1. Информационные.
 2. Развлекательные.
 3. Молодежные.
 4. Рекламные.
 5. Женские.
 6. Либеральные.
- 11) Включает ли в себя среда системы СМИ социально-экономическую сферу общества?
1. Включает, так как средства массовой информации представляют собой коммерческие предприятия и существенно зависят от экономических отношений в обществе.
 2. Не включает, так как экономика никак не влияет на создание высококачественных произведений журналистики.
- 12) Каковы функции СМИ в систем политических коммуникаций?
1. СМИ не выполняет собственных функций в сфере политических коммуникаций, а является лишь инструментом политики.
 2. СМИ осуществляет коммуникативные функции различных субъектов политики (государства, партий, движений, различных общественных организаций).
 3. СМИ выполняет функции публицистики (журналистики) в сфере политики, выступая как "четвертая власть".
- 13) Как влияет техническая сфера СМИ на их трансформацию в современных условиях?
1. Возрастает доля современных коммуникационных технологий в структуре СМИ: спутникового и кабельного телевидения, Интернета.
 2. Доля современных технологий возрастает, но преобразований традиционных СМИ не происходит.
 3. СМИ - творческая деятельность, и новые технологии на средства массовой коммуникации не влияют.

4. Под влиянием новых технологий преобразуются традиционные СМИ газеты, журналы, информационные агентства.

14) Что такое издательский дом?

1. Вокруг центрального издания создаются различные приложения, новые газеты и журналы.

2. Значительное расширение функций, выполняемых газетой или журналом.

3. Газета или журнал, при котором имеется собственное издательство.

15) Какая дифференциация по характеру информации происходит в СМИ?

1. Развиваются универсальные по тематике издания.

2. Развиваются специализированные по тематике издания.

3. Существуют обе названные выше тенденции.

4. Дифференциации по характеру информации не происходит.

16) Что такое тип СМИ ?

1. Это разновидность СМИ (соотношение "род" - "вид").

2. Это единые, схожие для определенной группы СМИ внешние очертания, формы.

3. Это модель, мысленный аналог определенной группы СМИ по какому-либо схожему для них признаку.

4. Верны все указанные выше ответы.

17) Какие группы населения имеют ограниченное количество изданий и программ, им адресованных?

1. Малые этнические группы.

2. Дети.

3. Молодежь.

4. Пенсионеры.

5. Все группы населения, имеющие невысокую платежеспособность или малую численность.

18) Каковы функциональные особенности информационных СМИ ?

1. В сознании аудитории создается непрерывная живая картина происходящих событий.

2. Происходит непрерывная корректировка в оценке аудиторией процессов текущей действительности синхронно происходящим событиям.

3. Видоизменяются организационные связи между участниками информационного процесса, модель их поведения в соответствии с динамикой общественного развития.

4. Все перечисленные выше ответы.

Критерии оценивания

Процент правильно выполненных тестовых заданий	Оценка
86% – 100%	отлично
69% - 84%	хорошо
50% - 68%	удовлетворительно
Менее 50%	неудовлетворительно

1. Доклад (аналитический обзор типологической группы СМИ)

Темы докладов

- региональные газеты
- муниципальные газеты
- деловая пресса
- общероссийская пресса
- издания для женщин
- издания для мужчин
- молодёжная пресса
- детская пресса
- спортивная пресса

Требования к докладу (аналитическому обзору)

1. Ознакомьтесь с работами из списка основной и дополнительной литературы (в соответствии с выбранной темой), используйте лекционные материалы.

2. В первой части дайте общую характеристику выбранной типологической группы (например, муниципальных газет, спортивной прессы и т.п.) в целом.

3. Для развёрнутой типологической характеристики подберите несколько изданий, принадлежащих к данной группе, изучите их содержание и проанализируйте по следующей схеме:

- Основание для типологической дифференциации данной группы изданий (характер информации; функции; тип аудитории; ареал распространения).
- Технологические признаки (формат, объем, периодичность, тираж).
- Экономическая модель (формы собственности, характер инвестиций, результаты хозяйственной деятельности – доходность или убыточность).
- Редакционная модель (тип редакционной системы, степень участия авторского актива).
- Организационная модель (тип издателя и учредителя).
- Функциональные особенности (коммуникативные, информационные, аналитические, культурно-образовательные, развлекательные, социализирующие, рекреативные).
- Аудиторные признаки (социально-демографические, географические, поведенческие характеристики).
- Содержательная структура (типы информации, рубрики и разделы, жанры).

4. Сделайте вывод о том, насколько полно удовлетворяются информационные интересы данной аудиторной группы. Можно ли считать данную группу периодики медиасистемой? Существуют ли свободные типологические «ниши» в анализируемом сегменте?

5. Подготовьте небольшую выставку периодических изданий данного типа (приобретенных или взятых в библиотеке) или компьютерную презентацию.

Критерии оценивания

"зачтено" - полнота и точность информации, использование не менее трех источников (основной и дополнительной учебной литературы), специализированных интернет-ресурсов;
- структурность (наличие теоретического обоснования эмпирического исследования, подробной характеристики типологической группы периодики, выводов о месте данной группы в системе печатных СМИ России);

- использование системного подхода и владение методом типологического анализа при решении профессиональной задачи - определении типологической концепции издания;
- активность при обсуждении других выступлений;
- наглядность (выставка или компьютерная презентация исследуемых изданий).

"не зачтено" - отсутствует полнота и точность представленной информации, использован один источник, основное содержание большей частью некорректно заимствовано из интернет-ресурсов;

- в структуре отсутствует один из компонентов (теоретическое обоснование или практический анализ);
- типологический анализ выполнен только по формальным (технологическим) характеристикам;
- активность при обсуждении отсутствует;
- наглядность не представлена в какой-либо форме.

3. Медиакарта печатного издания

Пользуясь методикой медиакартирования (квалификации изданий по типологическим признакам), составьте медиакарту газеты или журнала (по выбору).

Требования к медиакарте

- определить формальные признаки, заполнив типологический паспорт издания.
 - идентифицировать область информационного внимания (сферу отражения издания).
- Определить основные тематические направления, ознакомившись с содержанием нескольких номеров, и сделать вывод об универсальности или тематической специализации.
- определить целевые группы аудитории
 - сделать вывод о функциях издания
 - Результаты оформить в виде краткого отчета (2-3 стр., включая типологический паспорт)

Типологический паспорт издания включает:

- название, начало выхода, маркировка, девиз (если есть);
- учредитель, сведения о регистрации;
- тип издания (газета, приложение к газете, журнал, приложение к журналу);
- цена (свободная, фиксированная, не указано, бесплатно);
- язык, на котором выходит издание;
- периодичность (ежедневная, еженедельная, ежемесячная, другая);
- формат, количество полос, тираж (если указан);
- ареал распространения (РФ в целом, регион, город, район, страны ближнего или дальнего зарубежья);
- способ распространения (подписка, розничная продажа, бесплатная раздача);
- оформление (цветность, иллюстрированность);
- основные устойчивые рубрики.

Критерии оценивания

"зачтено" - отмечены все признаки исследуемого издания в типологическом паспорте; определены область информационного внимания, тематические направления, целевые группы и функции издания; сделаны четкие выводы о типологической принадлежности издания;

"не зачтено" - отмечены не все признаки исследуемого издания в типологическом паспорте; не определены (или определены неверно) область информационного внимания, тематические направления, целевые группы и функции издания; отсутствуют четкие выводы о типологической принадлежности издания.

6.2. Оценочные средства и критерии оценивания для промежуточной аттестации

Зачет

Средствами оценивания являются задания для текущего контроля.

Критерии оценивания

"зачтено" выставляется студенту, который:

- написал тестовое задание на оценку не ниже "удовлетворительно";
- получил за доклад (аналитический обзор) оценку "зачтено";
- получил за медиакарту оценку "зачтено".

"не зачтено" выставляется студенту, который:

- написал тестовое задание на оценку ниже "удовлетворительно";
- получил за доклад (аналитический обзор) оценку "не зачтено" или не представил его;
- получил за медиакарту оценку "не зачтено".

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

7.1. Основная литература

1. Система средств массовой информации России: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. "Журналистика"/ Под ред. Я.Н.Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2003.
2. Средства массовой информации России: учеб. пособие для студентов вузов по направлению и спец. "Журналистика". – М.: Аспект Пресс, 2006; 2008; 2-е изд., испр. и доп., 2011.
3. Типология периодической печати / Под ред. М.В. Шкондина и Л.Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2007; 2009.

7.2. Дополнительная литература

1. Власть, зеркало или служанка? Энциклопедия жизни современной российской прессы. В 2-х т. – М.: Изд-во Союза журналистов России, 1998.
2. Грабельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий. Итоги и перспективы. – М.: РИП-холдинг, 2000.
3. Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2004.
4. Засурский Я.Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1990-2007. - М.: Изд-во МГУ, 2007.
5. Интернет-СМИ: теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов по направлению и спец. "Журналистика". – М.: Аспект Пресс, 2010.
6. Мироненко Н.Н. Новые тенденции развития журнального рынка России//Медиаскоп. 2007. Выпуск №1. URL: <http://www.mediascope.ru/новые-тенденции-развития-журнального-рынка-россии> .
7. Мурзин Д.А. Феномен корпоративной прессы. – М.: Хроникер; Компания РАСТР, 2005.
8. Свитич Л.Г. Современная периодика: поле понятий и терминов// Вестник Московского ун-та. Серия 10. Журналистика. 2013. №6. С.6-24. URL: <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2013/6/sovremennaya-periodika-pole-ponyatiy-i-terminov/>
9. СМИ в меняющейся России / Под ред. Е.Л. Вартановой . - М.: Аспект Пресс, 2010.

10. Средства массовой информации постсоветской России: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. "Журналистика" / Под ред. Я.Н. Засурского – М.: Аспект Пресс, 2002.

7.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет

Электронные порталы и библиотеки

<http://www.mediascope.ru/> - портал научных исследований СМИ и методик журналистского образования факультета журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова
<http://www.farnc.ru/rospechat.html> - официальный сайт Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям (Роспечать)
<https://biblio-online.ru> - электронная библиотека Юрайт
<http://www.journ.msu.ru/> - официальный сайт факультета журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова
<http://www.gipp.ru> - Союз издателей ГИПП (Гильдия издателей периодической печати)

Сайты федеральных газет

<https://www.kommersant.ru> - Коммерсантъ
<https://novayagazeta.ru> - Новая газета
<https://www.kp.ru> - Комсомольская правда
<https://aif.ru> - Аргументы и факты
<https://www.eg.ru> - Экспресс Газета
<https://www.gazeta.ru> - интернет-издание Газета.RU

Сайты смоленских региональных СМИ

<https://smolgazeta.ru> - Смоленская газета
<https://www.rabochy-put.ru> - Рабочий путь
<http://www.smol-news.ru> - Смоленские новости
<https://smolensk-i.ru> - информационное агентство О чем говорит Смоленск
<https://smolnarod.ru> - Смоленская народная газета
<https://www.journalmolensk.ru> - областной журнал Смоленск

Сайты журналов

<https://expert.ru/expert/> - Эксперт
<https://profile.ru> - Профиль
<https://www.forbes.ru> - Forbs
<https://esquire.ru> - Esquire
<https://www.kommersant.ru/ogoniok> - Огонек
<https://rusrep.ru/authors/> - Русский репортер
<http://www.vokrugsveta.ru> - Вокруг света

Сайты информационных агентств

<https://www.rosbalt.ru> - Росбалт
<https://ura.news> - URA.RU (региональное информационное агентство)
<https://tass.ru> - ТАСС
<https://www.interfax.ru> - Интерфакс

Сайты изданий политических партий, молодежных, женских, детских, религиозных образовательных, спортивных, деловых и др. газет и журналов (по выбору студента для подготовки самостоятельных заданий).

8. Материально-техническое обеспечение

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине в университете имеется необходимая инструментальная база:

Персональные компьютеры.

Принтеры.

Выход в интернет.

Сканер.

Компьютерные классы с постоянным выходом в Интернет.

9. Программное обеспечение

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный АО «Лаборатория Касперского», лицензия 1FB6-161215-133553-1-6231.

Microsoft Open License, лицензия 49463448 в составе:

1. Microsoft Windows Professional 7 Russian;

2. Microsoft Office 2010 Russian.

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 6314D932A1EC8352F4BBFDEFD0AA3F30

Владелец: Артеменков Михаил Николаевич

Действителен: с 21.09.2022 до 15.12.2023