



ФГОС ВО
(версия 3+
+))

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«СИСТЕМА СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ»**

ЧЕЛЯБИНСК 2026

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

Кафедра истории, музеологии и документоведения

Фонд оценочных средств
по дисциплине
«СИСТЕМА СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ»

программа магистратуры
«Редакционно-издательская подготовка медиапродуктов»
по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело
квалификация: магистр

Челябинск 2026

Фонд оценочных средств по дисциплине «Система средств массовой информации» составлен в соответствии с требованиями ФГОСВО по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело

Автор-составитель: Штолер А. В., доцент кафедры истории, музеологии и документоведения, канд. пед. наук, доцент

Фонд оценочных средств по дисциплине «Система средств массовой информации» как составная часть ОПОП на заседании совета факультета документальных коммуникаций и туризма рекомендован к рассмотрению экспертной комиссией, протокол № 8 от 24.04.2025.

Экспертиза проведена 15.05.2025, акт № 2025/ИД

Фонд оценочных средств по дисциплине «Система средств массовой информации» как составная часть ОПОП утвержден на заседании Ученого совета института протокол № 08 от 29.05.2023.

Срок действия фонда оценочных средств по дисциплине «Система средств массовой информации» продлен на заседании Ученого совета института:

Учебный год	№ протокола, дата утверждения
2026/27	Протокол № 10 от 25.05.2026
2027/28	
2028/29	
2030/31	

1. СОСТАВНЫЕ ЧАСТИ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств (далее – ФОС) представлен:

- ФОС в составе рабочей программы дисциплины;
- комплектом аттестационных педагогических измерительных материалов;
- материалами, необходимыми для оценки умений и владений (практико-ориентированные задания, используемые в период проведения промежуточной аттестации).

2. ФОС В СОСТАВЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ФОС в соответствии с Положением «О порядке разработки и утверждении основных профессиональных образовательных программ – программ бакалавриата, специалитета и магистратуры» (утв. Ученым советом, протокол № 7 от 22.04.2019, приказ 83-п от 24.04.2019) входит в состав рабочей программы дисциплины (раздел № 6) и включает следующие пункты и подпункты:

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Таблица 6, 7.

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.

6.2.1. *Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования* Таблицы 8, 9

6.2.2. *Описание шкал оценивания.*

6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на экзамене (зачете) (пятибалльная система). Таблица 10.

6.2.2.2. Описание шкалы оценивания Таблица 11.

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

6.3.1. *Материалы для подготовки к зачету* Таблица 12, 13.

6.3.2. *Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине.*

6.3.3. *Методические указания по выполнению курсовой работы.*

6.3.4. *Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций.*

6.3.4.1. Планы семинарских занятий.

6.3.4.2. Задания для практических занятий.

6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий.

6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока).

6.3.4.5. Тестовые задания.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций.

3. КОМПЛЕКТ АТТЕСТАЦИОННЫХ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ИЗМЕРИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Спецификация АПИМ

Цель АПИМ	Оценка учебных достижений
Функция АПИМ	Контроль, диагностика
Вид контроля	Текущий контроль знаний обучающихся. Возможно применение в рамках промежуточной аттестации и проверки остаточных знаний
Модель АПИМ	Уровневая модель представлена в трех взаимосвязанных блоках заданий: – Блок 1. Задания на уровне «знать» в форме «выбор одного, двух и более правильных ответов из предложенных» выявляют в основном знаниевый компонент по дисциплине и оцениваются по бинарной шкале «правильно-неправильно»; – Блок 2. Задания на уровне «знать» и «уметь» в форме «установление соответствия (последовательности)», в которых нет явного указания на способ выполнения, для их решения обучающийся самостоятельно выбирает один из изученных способов. Задания данного блока позволяют оценить не только знания по дисциплине, но и умения пользоваться ими при решении стандартных, типовых задач. – Блок 3. Задания на уровне «знать», «уметь», «владеть» представлены в форме кейс-задания, содержание которого предполагает использование комплекса умений и навыков, для того чтобы обучающийся мог самостоятельно сконструировать способ решения, комбинируя известные ему способы и привлекая междисциплинарные знания. Кейс-задание представляет собой учебное задание, состоящее из описания реальной ситуации и совокупности сформулированных к ней вопросов. Выполнение обучающимся кейс-заданий требует решения поставленной проблемы (ситуации) в целом и проявления умения анализировать конкретную информацию, проследивать причинно-следственные связи, выделять ключевые проблемы и методы их решения. – Блок 4. Задания на уровне «знать», «уметь», «владеть» представлены в форме открытых вопросов, предполагающих краткий свободный ответ.
Количество тестовых заданий	Не каждую компетенцию должно быть разработано 40 заданий, в т. ч. Блок 1 – 10 тестовых заданий; Блок 2 – 10 тестовых заданий; Блок 3 – 4 кейса Блок 4 – 16 открытых вопросов
Время тестирования (мин)	90 мин.
Планируемые результаты освоения	ПК-1; ПК-2
Перечень документов, используемых при планировании содержания теста	ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело, рабочая программа дисциплины
Разработчики	Штолер А. В., доцент кафедры истории, музеологии и документоведения, канд. пед. наук, доцент
Экспертиза тестовых заданий	Проведена в рамках общей экспертизы ОПОП

Банк заданий с ответами

ПК-1. Способен осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах медиа и координировать редакционно-издательский процесс

Код задания	Задание	Ключ правильного ответа
Блок 1	Выберите правильный ответ(ы)	
1.1	<i>Кто из перечисленных ученых ввел понятие «медиа» как «продолжение человека»?</i> 1) П. Сорокин 2) М. Маклюэн 3) Ю. Хабермас 4) А.В. Соколов	2
1.2	<i>Какой тип периодических изданий ориентирован на широкий круг читателей с разнообразными интересами?</i> 1) Специализированные 2) Универсальные 3) Профессиональные 4) Рекреативные	2
1.3	<i>Что из перечисленного относится к базовым типологическим признакам периодического издания?</i> 1) Формат 2) Целевое назначение 3) Объем 4) Тираж	2
1.4	<i>Как называется процесс объединения ранее разрозненных медиаплатформ?</i> 1) Диффузия 2) Конвергенция 3) Дивергенция 4) Трансформация	2
1.5	<i>Кто разработал концепцию «четырёх теорий прессы»?</i> 1) М. Маклюэн 2) П. Сорокин 3) Сиберт, Шрамм и Питерсон 4) Е. Варганова	3
1.6	<i>Что из перечисленного является элементом графической модели издания?</i> 1) Рубрикатор 2) Шрифтовое оформление 3) Штатное расписание 4) Ценовая политика	2
1.7	<i>Какой документ закрепляет организационную модель издания?</i> 1) Тематический план 2) Устав редакции 3) График выхода 4) Рекламный тариф	2

1.8	<i>Что из перечисленного относится к чертам СМИ как социального института?</i> 1) Периодичность 2) Массовость 3) Наличие устава 4) Все ответы верны	4
1.9	<i>Какой тип изданий рассчитан на узкую аудиторию по профессиональному признаку?</i> 1) Универсальные 2) Специализированные 3) Рекреативные 4) Информационно-аналитические	2
1.10	<i>Кто автор коммуникационной систематики (устная, документная, электронная коммуникация)?</i> 1) М. Маклюэн 2) А.В. Соколов 3) П. Сорокин 4) К.Б. Йенсен	2
Блок 2	Установите соответствие. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого. Учтите, что один из элементов правого столбца лишний. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр и букв, соблюдая последовательность левого столбца, без пробелов и знаков препинания. Например, 1А2Б3В	
2.1	<i>Установите соответствие между типом типологического признака и его примером:</i> 1) Базовый признак 2) Вторичный признак 3) Формальный признак А) Формат издания Б) Целевое назначение В) Характер информации	1Б, 2В, 3А
2.2	<i>Соотнесите уровень медиа (по К.Б. Йенсену) с его содержанием:</i> 1) Первый уровень 2) Второй уровень 3) Третий уровень А) Социальные практики использования Б) Техническая инфраструктура В) Тексты и жанры	1Б, 2В, 3А
2.3	<i>Установите соответствие между типом издания и его целевым назначением:</i> 1) Общественно-политический журнал 2) Научно-популярный журнал 3) Литературно-художественный журнал 4) Рекреативный журнал А) Формирование мировоззрения Б) Распространение знаний В) Эстетическое воспитание Г) Организация досуга	1А, 2Б, 3В, 4Г
2.4	<i>Соотнесите компонент содержательной модели с его определением:</i> 1) Редакционная политика	1В, 2А, 3Б

	2) Тематическая модель 3) Рубрикатор А) Перечень тем и проблем Б) Система постоянных рубрик В) Стратегические принципы работы	
2.5	<i>Установите соответствие между типом контента и его характеристикой:</i> 1) Новости 2) Аналитика 3) Инфотейнмент А) Сочетание информации и развлечения Б) Оперативная информация о событиях В) Осмысление и интерпретация фактов	1Б, 2В, 3А
	Расположите следующие события (явления, процессы и т.п.) в правильной последовательности. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр, которыми обозначены события (явления, процессы и т.п.) в правильной последовательности, без пробелов и знаков препинания. Например, 3421	
2.6	<i>Определите последовательность этапов создания периодического издания:</i> 1) Разработка концепции 2) Выпуск пилотного номера 3) Регистрация СМИ 4) Формирование редакции	1, 3, 4, 2
2.7	<i>Расположите в правильной последовательности этапы редакционно-издательского процесса:</i> 1) Верстка 2) Планирование номера 3) Выпуск в свет 4) Редактирование материалов	2, 4, 1, 3
2.8	<i>Установите последовательность уровней коммуникационной пирамиды Д. Маккуэйла (от низшего к высшему):</i> 1) Социетальный 2) Институциональный 3) Индивидуальный 4) Медийный	3, 4, 2, 1
2.9	<i>Определите последовательность этапов типологического анализа издания:</i> 1) Анализ аудитории 2) Анализ содержания 3) Анализ формы 4) Определение миссии	4, 1, 2, 3
2.10	<i>Расположите в правильной последовательности этапы запуска нового издания:</i> 1) Поиск инвесторов 2) Регистрация СМИ 3) Разработка концепции 4) Выпуск первого номера	3, 1, 2, 4
Блок 3	Кейс-задания предполагают работу с предложенным текстом. После его прочтения необходимо ответить на поставленные вопросы или	

	выполнить задания	
3.1	Кейс «Редакционная политика» В редакции региональной газеты сменился главный редактор. Новый руководитель хочет изменить концепцию издания: сделать упор на аналитику и расследования. <i>Вопросы:</i> 1. Какие изменения потребуются в содержательной модели? 2. Как это повлияет на аудиторию? 3. Как донести изменения до читателей?	1. Изменение рубрикатора, увеличение объема аналитики. 2. Сужение аудитории до более взыскательной. 3. PR-кампания, анонсы, пояснения.
3.2	Кейс «Типология издания» Издательство планирует выпуск нового журнала для молодых родителей. <i>Вопросы:</i> 1. К какому типу по целевому назначению отнести журнал? 2. Какой характер изложения предпочтителен? 3. Какие жанры преобладают?	1. Специализированный, сервисный. 2. Доступный, практико-ориентированный. 3. Советы, интервью, лайфхаки.
3.3	Кейс «Графическая модель» Газета для пожилых людей имеет мелкий шрифт и плотную верстку. Читатели жалуются на неудобство чтения. <i>Вопросы:</i> 1. Какие изменения внести в графическую модель? 2. Как это повлияет на объем издания? 3. Какие принципы оформления нарушены?	1. Увеличить кегль шрифта, добавить воздух. 2. Увеличится количество полос. 3. Принцип доступности.
3.4	Кейс «Координация процесса» В редакции возник конфликт между отделом новостей и отделом аналитики из-за приоритетности материалов. <i>Вопросы:</i> 1. Как главному редактору 协调 ировать работу? 2. Какой документ регламентирует взаимодействие? 3. Как предотвратить конфликты в будущем?	1. Провести планерку, определить приоритеты. 2. Редакционный регламент/положение. 3. Регулярные совещания, общие KPI.
Блок 4	Открытые вопросы (краткий ответ)	
4.1	Кто автор концепции «глобальная деревня»?	Маклюэн
4.2	Назовите один базовый типологический признак издания.	Целевое назначение
4.3	Процесс объединения медиаплатформ.	Конвергенция
4.4	Авторы «четырех теорий прессы».	Сиберт, Шрамм, Питерсон
4.5	Перечень постоянных рубрик издания.	Рубрикатор
4.6	Документ, закрепляющий организационную модель.	Устав редакции
4.7	Уровень медиа по Йенсену (техника).	Первый
4.8	Тип издания для досуга и развлечения.	Рекреативный
4.9	Автор коммуникационной систематики (Россия).	Соколов
4.10	Признак, отражающий характер информации.	Вторичный
4.11	Уровень пирамиды Маккуэйла (индивид).	Индивидуальный
4.12	Парадигма профессиональной деятельности (автор).	Дзялошинский
4.13	Тип издания по широте охвата аудитории.	Универсальное
4.14	Жанр, сочетающий информацию и развлечение.	Инфотейнмент

4.15	Формат издания относится к признакам.	Формальным
4.16	СМИ расшифровывается как...	Средства массовой информации

ПК-2. Способен выстроить производственный процесс создания и продвижения выпуска медиапродукта с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий

Код задания	Задание	Ключ правильного ответа
Блок 1	Выберите правильный ответ(ы)	
1.1	<i>Что из перечисленного относится к современным техническим средствам создания медиапродукта?</i> 1) Печатный станок 2) Система компьютерной верстки 3) Переплетная машина 4) Типографская краска	2
1.2	<i>Какой канал распространения печатных СМИ является наиболее массовым в цифровой среде?</i> 1) Розничный киоск 2) Подписка через почту 3) Электронная версия на сайте 4) Библиотека	3
1.3	<i>Что из перечисленного относится к способам продвижения периодического издания?</i> 1) Промоушн-акции 2) Таргетированная реклама 3) Распространение в торговых сетях 4) Все ответы верны	4
1.4	<i>Какой показатель используется для оценки эффективности продвижения медиапродукта в интернете?</i> 1) Тираж 2) Количество подписчиков 3) Объем в листах 4) Количество сотрудников	2
1.5	<i>Что из перечисленного относится к аутсорсингу в газетном деле?</i> 1) Печать в собственной типографии 2) Передача верстки внешней студии 3) Создание сайта своими силами 4) Продажа рекламы отделом редакции	2
1.6	<i>Какой этап производственного процесса следует за редактированием текста?</i> 1) Верстка 2) Написание текста 3) Распространение 4) Планирование номера	1
1.7	<i>Что из перечисленного относится к инструментам аналитики продвижения медиапродукта?</i> 1) Яндекс.Метрика 2) Adobe Photoshop 3) Microsoft Word 4) CorelDRAW	1

1.8	Какой программный продукт используется для профессиональной верстки газет и журналов? 1) Adobe Photoshop 2) Adobe InDesign 3) Adobe Illustrator 4) Microsoft Excel	2
1.9	Что из перечисленного является каналом обратной связи с аудиторией медиа? 1) Комментарии на сайте 2) Типография 3) Редакционная почта 4) Все ответы верны	4
1.10	Как называется стратегия продвижения издания после достижения высокой узнаваемости? 1) Запуск 2) Перезапуск 3) Реддизайн 4) Удержание лояльности	4
Блок 2	Установите соответствие. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого. Учтите, что один из элементов правого столбца лишний. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр и букв, соблюдая последовательность левого столбца, без пробелов и знаков препинания. Например, 1А2Б3В	
2.1	Установите соответствие между этапом производственного процесса и его содержанием: 1) Планирование 2) Подготовка контента 3) Постпродакшн 4) Дистрибуция А) Написание текстов Б) Распространение тиража В) Верстка и дизайн Г) Формирование концепции номера	1Г, 2А, 3В, 4Б
2.2	Соотнесите техническое средство с его функцией в создании медиапродукта: 1) Adobe InDesign 2) Adobe Photoshop 3) CMS (WordPress) 4) Яндекс.Метрика А) Верстка Б) Обработка изображений В) Управление сайтом Г) Аналитика трафика	1А, 2Б, 3В, 4Г
2.3	Установите соответствие между моделью распространения и ее характеристикой: 1) Подписка 2) Розничная продажа 3) Бесплатное распространение А) Доставка на дом Б) Покупка в киоске В) Раздача в метро	1А, 2Б, 3В
2.4	Соотнесите этап жизненного цикла издания с его со-	1В, 2Г, 3А, 4Б

	держанием: 1) Запуск 2) Перезапуск 3) Реддизайн 4) Закрытие А) Смена дизайна без смены концепции Б) Прекращение выпуска В) Выход на рынок Г) Обновление концепции	
2.5	Установите соответствие между показателем эффективности и его определением: 1) Охват 2) Вовлеченность (ER) 3) CTR 4) Тираж А) Количество активных действий Б) Количество напечатанных экземпляров В) Количество уникальных пользователей Г) Количество кликов к показам	1В, 2А, 3Г, 4Б
	Расположите следующие события (явления, процессы и т.п.) в правильной последовательности. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр, которыми обозначены события (явления, процессы и т.п.) в правильной последовательности, без пробелов и знаков препинания. Например, 3421	
2.6	Определите последовательность этапов производственного процесса создания печатного СМИ: 1) Верстка и дизайн 2) Планирование содержания 3) Печать тиража 4) Написание и редактирование текстов	2, 4, 1, 3
2.7	Расположите в правильной последовательности этапы продвижения нового издания: 1) PR-кампания 2) Определение целевой аудитории 3) Анализ эффективности 4) Запуск рекламы	2, 1, 4, 3
2.8	Установите последовательность этапов создания сайта СМИ: 1) Наполнение контентом 2) Техническое проектирование 3) Регистрация домена 4) Дизайн и верстка	3, 2, 4, 1
2.9	Определите последовательность этапов обработки текста в редакционно-издательском процессе: 1) Литературное редактирование 2) Научное/специальное редактирование 3) Корректур 4) Вычитка	2, 1, 3, 4

2.10	Расположите в правильной последовательности этапы запуска нового издания: 1) Регистрация СМИ 2) Разработка концепции 3) Выпуск пилотного номера 4) Поиск инвесторов	2, 4, 1, 3
Блок 3	Кейс-задания предполагают работу с предложенным текстом. После его прочтения необходимо ответить на поставленные вопросы или выполнить задания	
3.1	Кейс «Запуск нового издания» Издательство планирует запустить ежемесячный деловой журнал. Бюджет ограничен. <i>Вопросы:</i> 1. Какую модель распространения выбрать? 2. Какие технические средства потребуются? 3. Как продвигать издание?	1. Подписка + электронная версия. 2. ПО верстки, сайт, CRM. 3. Таргет на бизнес-аудиторию.
3.2	Кейс «Продвижение издания» У региональной газеты упали продажи. Нужно привлечь новую аудиторию. <i>Вопросы:</i> 1. Какие каналы продвижения использовать? 2. Как изменить графическую модель? 3. Какой формат контента добавить?	1. Соцсети, сайт, наружная реклама. 2. Осовременить дизайн. 3. Инфографику, видео.
3.3	Кейс «Реддизайн» Газета решила обновить дизайн, не меняя концепцию. <i>Вопросы:</i> 1. Что изменится в графической модели? 2. Как донести изменения до читателей? 3. Нужна ли перерегистрация СМИ?	1. Шрифты, цветовая гамма, верстка. 2. Анонс, пояснение в первом обновленном номере. 3. Нет.
3.4	Кейс «Анализ эффективности» После рекламной кампании в соцсетях подписчиков стало больше, но продажи не выросли. <i>Вопросы:</i> 1. Какой показатель проанализировать? 2. Как улучшить конверсию? 3. Какое техническое средство поможет?	1. Конверсию подписчик → покупатель. 2. Спецпредложения для подписчиков. 3. Яндекс.Метрика.
Блок 4	Открытые вопросы (краткий ответ)	
4.1	Программа для верстки газет и журналов.	Adobe InDesign
4.2	Модель распространения с доставкой на дом.	Подписка
4.3	Сервис для аналитики сайта.	Яндекс.Метрика
4.4	Обновление дизайна без смены концепции.	Реддизайн
4.5	Передача функций внешним подрядчикам.	Аутсорсинг
4.6	Этап после редактирования текста.	Верстка
4.7	CMS расшифровывается как...	Система управления контентом
4.8	Показатель активной аудитории в соцсетях.	ER
4.9	Процесс распространения тиража.	Дистрибуция
4.10	Канал обратной связи на сайте.	Комментарии
4.11	Модель распространения через киоски.	Розничная продажа
4.12	Полное обновление концепции издания.	Перезапуск
4.13	Программа для обработки изображений.	Adobe Photoshop
4.14	Показатель кликабельности рекламы.	CTR
4.15	Стратегия поддержания читательской лояльности.	Удержание

4.16	Бесплатная раздача издания.	Бесплатное распространение
------	-----------------------------	-------------------------------

**4. МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ УМЕНИЙ И ВЛАДЕНИЙ
(ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ЗАДАНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ПЕРИОД ПРОВЕДЕНИЯ
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ)**

№ п/п	Темы примерных практико-ориентированных заданий	Код компетенций
1	Типология коммуникаций	ПК-1, ПК-2
2	Определение авторства трактовок понятия «медиа»	ПК-1, ПК-2
3	Характеристика черт СМИ	ПК-1, ПК-2
4	Тенденции современной журнальной периодики во втором десятилетии XXI века	ПК-1, ПК-2
5	Определить сегмент аудитории для печатных СМИ	ПК-1, ПК-2
6	Тематическая модель издания	ПК-1, ПК-2
7	Оценка качества иллюстраций для печатного СМИ и их соответствие миссии издания	ПК-1, ПК-2
8	Модель внутренней структуры издания: выявление несоответствий	ПК-1, ПК-2
9	Оценка проекта по запуску регионального периодического издания	ПК-1, ПК-2

Материалы для выполнения практико-ориентированных заданий

Задание 1. Типология коммуникаций

Цель работы: освоить классификацию типов коммуникации и определить их место в редакционно-издательском процессе.

Методика выполнения:

1. Изучите основные типы коммуникации (межличностная, групповая, массовая, внутриличностная).

2. Заполните таблицу «Типология коммуникаций»:

Тип коммуникации	Характеристика	Пример в редакционно-издательском процессе	Технические средства
Межличностная			
Групповая			
Массовая			
Внутриличностная			

3. Для каждого типа приведите не менее 2 примеров из реальной работы редакции (переговоры, совещания, написание текста, выпуск номера, коммуникация с читателями).

4. Сделайте вывод о преобладающих типах коммуникации на разных этапах создания медиапродукта.

Результат оформите в виде таблицы и текстового вывода (1 страница).

Задание 2. Определение авторства трактовок понятия «медиа»

Цель работы: закрепить знание основных теоретиков медиа и их концепций.

Методика выполнения:

Часть 1. Соотнесение концепций и авторов

Установите соответствие между высказыванием (концепцией) и автором. Заполните таблицу:

№	Высказывание / концепция	Автор
1	«Медиа — это продолжение человека»	
2	«Глобальная деревня»	
3	Коммуникационная систематика (устная, документная, электронная)	
4	Три уровня медиа	
5	Трактовка медиа как индустрии	
6	Четыре теории прессы	
7	Коммуникационная пирамида	
8	Концепция гражданской журналистики (США)	
9	Парадигмы профессиональной деятельности	
10	Концепция символической власти	

Список авторов: М. Маклюэн, А.В. Соколов, К.Б. Йенсен, Е. Вартанова, Сиберт/Шрамм/Питерсон, Д. Маккуэйл, (концепция гражданской журналистики — коллективная), И.М. Дзялошинский, П. Бурдьё.

Часть 2. Анализ концепции

Выберите одного из авторов и подготовьте краткую аннотацию его концепции (0,5–1 страница):

- Основные труды.
- Ключевые понятия.
- Значение для понимания современных СМИ.

Результат оформите в виде таблицы и аннотации (до 2 страниц).

Задание 3. Характеристика черт СМИ

Цель работы: выявить основные черты средств массовой информации как социального института.

Методика выполнения:

1. Изучите теоретический материал о чертах СМИ (периодичность, массовость, публичность, оперативность, институциональность).
2. Заполните таблицу «Черты СМИ»:

Черта СМИ	Характеристика	Пример проявления в конкретном издании
Периодичность		
Массовость		
Публичность		
Оперативность		

Черта СМИ	Характеристика	Пример проявления в конкретном издании
Институциональность		

3. Для каждого примера укажите конкретное издание (газета, журнал, интернет-СМИ) и приведите доказательства.

4. Дополнительно укажите, какие черты являются наиболее значимыми для печатных СМИ в цифровую эпоху.

Результат оформите в виде таблицы и вывода (1–1,5 страницы).

Задание 4. Тенденции современной журнальной периодики во втором десятилетии XXI века

Цель работы: выявить основные тенденции развития журнальной периодики.

Методика выполнения:

1. На основе отраслевых докладов («Российская периодическая печать: Состояние, тенденции и перспективы развития») за 2010–2020 годы выявите основные тенденции.

2. Заполните таблицу «Тенденции журнальной периодики»:

Тенденция	Характеристика	Пример проявления	Влияние на редакционный процесс
Цифровизация			
Конвергенция			
Нишевание			
Снижение тиражей			
Рост электронных версий			

3. Для каждой тенденции укажите конкретное издание (российское или зарубежное), где она проявляется.

4. Сделайте прогноз развития журнальной периодики на ближайшие 5 лет.

Результат оформите в виде таблицы и аналитической записки (1,5–2 страницы).

Задание 5. Определить сегмент аудитории для печатных СМИ

Цель работы: освоить методику сегментирования аудитории печатных СМИ.

Методика выполнения:

Часть 1. Анализ данных

Используя открытые данные исследовательских организаций (Mediascope, TNS, аналитика издательств), проанализируйте аудиторию печатных СМИ.

Часть 2. Заполнение таблицы

Параметр сегментации	Описание аудитории	Пример для конкретного издания
Демографические (пол, возраст, доход)		
Географические (регион, город/село)		

Параметр сегментации	Описание аудитории	Пример для конкретного издания
Поведенческие (частота чтения, каналы получения)		
Психографические (ценности, интересы)		

Часть 3. Выявление свободных ниш

На основе анализа определите:

- Какие сегменты аудитории недостаточно охвачены?
- Какую информационную нишу можно занять новому изданию?
- Какие параметры контента будут релевантны для выявленного сегмента?

Результат оформите в виде таблицы и аналитической записки (1,5–2 страницы).

Задание 6. Тематическая модель издания

Цель работы: освоить методику разработки тематической модели периодического издания.

Методика выполнения:

1. Выберите тип издания (молодежный журнал, деловая газета, литературный альманах и т.д.).
2. Разработайте тематическую модель, включающую:
 - Миссию издания (1–2 предложения).
 - Перечень основных тем (не менее 7).
 - Рубрикатор (постоянные и переменные рубрики).
 - Примерное соотношение контента по типам (новости, аналитика, развлечение).
3. Заполните таблицу «Тематическая модель»:

Раздел / рубрика	Тематика	Периодичность	Объем (в % от номера)	Целевая аудитория рубрики
------------------	----------	---------------	-----------------------	---------------------------

4. Обоснуйте выбор тем и рубрик с учетом целевой аудитории и миссии издания.

Результат оформите в виде текстового описания и таблицы (1,5–2 страницы).

Задание 7. Оценка качества иллюстраций для печатного СМИ и их соответствие миссии издания

Цель работы: освоить методику оценки визуального контента в СМИ.

Методика выполнения:

1. Возьмите 2–3 номера любого печатного СМИ (или их электронные версии).
2. Проанализируйте иллюстрации по следующим критериям:
 - **Техническое качество** (резкость, цветопередача).
 - **Соответствие содержанию** (иллюстрация к тексту).
 - **Эстетическая ценность** (композиция, художественный уровень).
 - **Соответствие миссии издания** (стиль, тональность).
3. Заполните таблицу:

Иллюстрация (номер, страница)	Краткое описание	Оценка по критериям (1–5)	Соответствие миссии (да/нет)	Комментарий
-------------------------------	------------------	---------------------------	------------------------------	-------------

4. Сделайте вывод о качестве иллюстративного ряда и предложите рекомендации по улучшению.

Результат оформите в виде таблицы и текстового заключения (1,5 страницы).

Задание 8. Модель внутренней структуры издания: выявление несоответствий

Цель работы: научиться анализировать организационную модель издания и выявлять несоответствия.

Методика выполнения:

1. Изучите организационную структуру конкретного издания (на основе открытых источников или по выбору студента).
2. Проанализируйте:
 - Состав отделов и их функции.
 - Штатное расписание.
 - Наличие внештатных сотрудников/фрилансеров.
 - Документы, закрепляющие структуру (устав, должностные инструкции).
3. Выявите несоответствия:
 - Дублирование функций.
 - Отсутствие необходимых отделов.
 - Неэффективное распределение обязанностей.
4. Заполните таблицу «Анализ организационной модели»:

Элемент модели	Текущее состояние	Несоответствие	Рекомендация
----------------	-------------------	----------------	--------------

5. Предложите оптимизированную организационную модель (схема).

Результат оформите в виде таблицы, схемы и пояснительной записки (1,5–2 страницы).

Задание 9. Оценка проекта по запуску регионального периодического издания

Цель работы: освоить методику оценки и защиты проектов запуска новых изданий.

Методика выполнения (в форме деловой игры):

Этап 1. Подготовка проекта

Разбившись на группы (по 3–4 человека), разработайте проект запуска регионального периодического издания. Проект должен включать:

1. **Концепцию издания:**
 - Название.
 - Миссия.
 - Тип (по целевому/читательскому назначению).
 - Целевая аудитория.
 - Периодичность, формат, объем.
2. **Содержательную модель:**
 - Основные темы и рубрики.
 - Соотношение новостей, аналитики, развлечения.
3. **Графическую модель:**
 - Описание стиля.
 - Пример первой полосы (эскиз).
4. **Организационную модель:**
 - Штат (основные должности).
 - Планируемое использование аутсорсинга.
5. **Экономическую модель:**
 - Источники финансирования.
 - Каналы распространения.
 - Ценовая политика.
 - План продвижения.

Этап 2. Защита проекта

Каждая группа представляет проект перед группой «инвесторов». Формат: презентация 5–7 минут + ответы на вопросы.

Этап 3. Оценка проектов

«Инвесторы» (преподаватель и другие студенты) оценивают проекты по критериям:

Критерий	Максимальный балл
Обоснованность концепции	5
Проработанность содержательной модели	5
Качество графической модели	5
Реалистичность организационной модели	5
Экономическая обоснованность	5
Презентация и защита	5
Итого	30

Этап 4. Подведение итогов

Выбор наиболее удачного проекта и обоснование решения (с применением теоретических знаний о типологии, моделях и тенденциях СМИ).

Результат: проект в письменном виде (3–5 страниц) и презентация (5–7 слайдов).

Лист изменений в ФОС по дисциплине

В ФОС по дисциплине внесены следующие изменения:

Учебный год	Реквизиты протокола Ученого совета	Номер раздела, подраздела	Содержание изменений и дополнений
2026/27	Протокол № 10 25.05.2026		Без изменений
2027/28	Протокол № ДД.ММ.ГГГГ		
2028/29	Протокол № ДД.ММ.ГГГГ		
2030/31	Протокол № ДД.ММ.ГГГГ		