



ФГОС ВО
(версия 3+
+)

ИНСТИТУТ БЕСТСЕЛЛЕРА

Рабочая программа дисциплины

ЧЕЛЯБИНСК
ЧГИК
2026

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

Кафедра истории, музеологии и документоведения

ИНСТИТУТ БЕСТСЕЛЛЕРА

Рабочая программа дисциплины

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

**Челябинск
ЧГИК
2026**

УДК 655 (073)
ББК 76.1я73
И 71

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО (версия 3++) по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело.

Автор-составитель: А. И. Порошина, кандидат филологических наук, доцент

Рабочая программа дисциплины как составная часть ОПОП на заседании совета факультета документальных коммуникаций и туризма рекомендована к рассмотрению экспертной комиссией, протокол № 8 от 24.04.2025.

Экспертиза проведена 15.05.2025, акт № 2025/ИД

Рабочая программа дисциплины «Современное издательское дело» как составная часть ОПОП утверждена на заседании Ученого совета института протокол № 8 от 26.05.2025.

Срок действия рабочей программы дисциплины продлен на заседании Ученого совета института:

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

И 71 Институт бестселлера: программа магистратуры «Редакционно-издательская подготовка медиапродуктов» по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело, квалификация : магистр / авт.-сост. А. И. Порошина; Челябинский государственный институт культуры. – Челябинск, 2025. – 57 с. – (ФГОС ВО версия 3++). – Текст : непосредственный.

Рабочая программа дисциплины включает: перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы; указание места дисциплины в структуре ОПОП; объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся; содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий; перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине; фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине; перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины; методические указания для обучающихся по освоению дисциплины; перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения; описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

© Челябинский государственный
институт культуры, 2025

СОДЕРЖАНИЕ

Аннотация 6

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	<u>7</u>
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы	<u>7</u>
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	<u>8</u>
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	<u>8</u>
4.1. Структура преподавания дисциплины	<u>8</u>
4.1.1. Матрица компетенций	<u>9</u>
4.2. Содержание дисциплины	<u>11</u>
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	<u>16</u>
5.1. Общие положения	<u>16</u>
5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	<u>17</u>
5.2.1. Содержание самостоятельной работы	<u>17</u>
5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы	<u>19</u>
5.2.3. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для самостоятельной работы	<u>23</u>
6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	<u>24</u>
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	<u>24</u>
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	<u>27</u>
6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования	<u>27</u>
6.2.2. Описание шкал оценивания	<u>28</u>
6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на зачете и (или) экзамене	<u>29</u>
6.2.2.2. Описание шкалы оценивания	<u>29</u>
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	<u>31</u>
6.3.1. Материалы для подготовки к зачету и (или) экзамену	<u>31</u>
6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине	<u>32</u>
6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы	<u>32</u>
6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций	<u>33</u>
6.3.4.1. Планы семинарских занятий	<u>33</u>
6.3.4.2. Задания для практических занятий	<u>38</u>
6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий	<u>49</u>
6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока)	<u>49</u>
6.3.4.5. Тестовые задания	<u>49</u>
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций	<u>49</u>
7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины	<u>51</u>

7.1. Печатные и (или) электронные образовательные ресурсы.....	51
7.2. Информационные ресурсы.....	53
7.2.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	Error: Reference source not found
7.2.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет.....	54
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	54
9. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине	56
Лист изменений в рабочую программу дисциплины	57

Аннотация

1	Индекс и название дисциплины по учебному плану	Б1.В.05 Институт бестселлера
2	Цель дисциплины	получить представление о институте бестселлера, его структуре и механизмах функционирования, динамике и тенденциях развития.
3	Задачи дисциплины заключаются в:	– формировании комплексного представления об институте бестселлера, его структуре и механизмах функционирования; – изучении и обобщении опыта формирования института бестселлера; – развитии комплекса технологических навыков применения приемов, форм и методов продвижения книг; – выявлении актуальных проблем исследования издательского дела.
4	Планируемые результаты освоения	ПК-3
5	Общая трудоемкость дисциплины составляет	в зачетных единицах – 4 в академических часах – 144
6	Разработчик	А. И. Порошина, кандидат филологических наук, доцент

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ,
СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

В процессе освоения основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП) обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Таблица 1

Планируемые результаты освоения ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения (индикаторы достижения компетенций)			
	Код индикатора	Элементы компетен- ций	по компетенции в целом	по дисциплине
1	2	3	4	5
ПК-3 Способен провести исследование в сфере издательского дела на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики	ПК-3.1.	Знать:	основы методологии и методики исследовательской деятельности в сфере издательского дела	основы методологии и методики анализа структуры института бестселлера, механизмов его функционирования, динамики и тенденций развития
	ПК-3.2.	Уметь:	самостоятельно разрабатывать или адаптировать методику научного исследования в сфере издательского дела; изучать и обобщать достижения современной издательской практики	самостоятельно разрабатывать или адаптировать методику диагностики и анализа состояния института бестселлера; изучать и обобщать достижения современной издательской практики в области планирования и продвижения издательской продукции
	ПК-3.3.	Владеть:	навыками демонстрации и апробации результатов научного исследования в виде рефератов, презентаций, научных докладов, научных публикаций	навыками демонстрации и апробации результатов книговедческого исследования в виде рефератов, презентаций, научных докладов, научных публикаций

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений учебного плана.

Дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплиной «Философия и методология научного познания», «Организация издательского дела».

В соответствии с учебным планом дисциплина изучается в 1 семестре, входные знания у обучающихся сформированы недостаточно.

Освоение дисциплины будет необходимо при осуществлении научно-исследовательской работы, прохождении преддипломной практики, подготовке к государственной итоговой аттестации.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с утвержденным учебным планом составляет 4 зачетных единиц, 144 часа.

Таблица 2

Вид учебной работы	Всего часов
	Очная форма
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	144
– Контактная работа (всего)	90,3
в том числе:	
лекции	12
семинары	14
практические занятия	64
иная контактная работа (ИКР) в рамках промежуточной аттестации	0,3
консультации (конс.)	5 % от
контроль самостоятельной работы (КСР)	лекционных час.
– Самостоятельная работа обучающихся (всего)	27
– Промежуточная аттестация обучающегося – экзамен: контроль	26,7

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

4.1. Структура преподавания дисциплины

Таблица 3

Очная форма обучения

Наименование разделов, тем	Общая трудоемкость (всего час.)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, и трудоемкость (в академ. час.)					Форма промежуточной аттестации (по семестрам) в т. ч. с контактной работой
		Контактная работа				с/р	
		лек.	сем.	практ.	инд.		
1	2	3	4	5	6	7	8

Раздел 1. Бестселлер как явление массовой культуры.					-		
Тема 1. Бестселлер как явление массовой культуры	13	2	2	4	-	5	
Раздел 2. Институт бестселлера как инструмент эффективного книгораспространения.							
Тема 2. Институт бестселлера как инструмент эффективного книгораспространения.	55	4	8	36	-	7	
Раздел 3. Массовая литература как жанровая парадигма и ее место в структуре современного книжного рынка.							
Тема 3. Массовая литература в структуре книжного рынка России	17	2	2	8	-	5	
Тема 4. Массовая литература как жанровая парадигма.	21	2	2	12	-	5	
Раздел 4. Особенности чтения литературы популярными жанрами различными группами пользователей.							
Тема 5. Особенности чтения литературы популярными жанрами различными группами пользователей.	11	2	-	4	-	5	
							Экзамен контроль – 26,7 ч. ИКР – 0,3 час.
Всего по дисциплине	114	12	14	64	-	27	27

Таблица 4

4.1.1. Матрица компетенций

Наименование разделов, тем	ПК-3
1	2
Раздел 1. Бестселлер как явление массовой культуры.	
Тема 1. Бестселлер как явление массовой культуры	+
Раздел 2. Институт бестселлера как инструмент эффективного книгораспро-	

странения.	
Тема 2. Институт бестселлера как инструмент эффективного книгораспространения.	+
Раздел 3. Массовая литература как жанровая парадигма и ее место в структуре современного книжного рынка.	
Тема 3. Массовая литература в структуре книжного рынка России	+
Тема 4. Массовая литература как жанровая парадигма.	+
Раздел 4. Особенности чтения литературы популярных жанров различными группами пользователей.	
Тема 5. Особенности чтения литературы популярных жанров различными группами пользователей.	+
Экзамен 1 сем.	

4.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Бестселлер как явление массовой культуры

Тема 1. Бестселлер как явление массовой культуры. Цели и задачи курса. Структура курса: изучение бестселлеров с точки зрения культурологи; с точки зрения книгоиздательской и книготорговой деятельности; с позиций становления и специфики популярных жанров художественной литературы (приключенческий роман, детектив, фантастика, любовный роман, историческая беллетристика, комиксы).

Технологические и социальные факторы, формирующие массовую культуру. Средства массовой коммуникации в массовой культуре. Механизм массовой культуры и ее функции. Виды массовой культуры. Социальные и духовные характеристики массовой культуры.

Позитивные и критические оценки массового общества и его культуры. Социологическая и элитарная критика. Эволюция массовой культуры и тенденции формирования этизированной культуры «среднего уровня».

Массовая литература как социальное **явление**.

Соотношение классической литературы и литературы массовой. Условность деления литературного потока на «литературный верх» и «литературный низ».

Понятие «массовая литература» в русском и зарубежном литературоведении. Термины «формульная литература», «паралитература», «популярная литература», «тривиальная литература», «беллетристика»: достоинства и недостатки различных терминологических подходов.

Культурологический подход к определению массовой литературы как низшей ступени литературной иерархии, противовесу «высокой» литературы для элиты.

Социологический подход к трактовке массовой литературы как совокупности литературных текстов, получивших повсеместное распространение, вне зависимости от их художественных достоинств и особенностей.

Двойственность трактовки массовой литературы в современном литературоведении как отражение культурологического (определение массовой литературы как литературы, не входящей в официальную литературную иерархию своего времени и чуждой «господствующей литературной теории эпохи») и социологического (массовая литература – это отдельное направление в русле современного отечественного литературного процесса без оценки художественных достоинств текстов) подходов.

Этапы формирования массовой литературы в России. Проникновение переводных рыцарских романов (вторая половина XVII века). Появление оригинальной отечественной беллетристики – срединного звена между классикой и «низким» чтением (лубочная литература) (конец XVIII века). Становление массовой литературы: определение и закрепление её основных жанровых разновидностей: мелодрамы, детективного и авантюрного романа, фантастики, исторического романа (середина XIX века). Самоопределение массовой литературы: она стала коммерческим продуктом (вторая половина XIX века – начало XX века).

Функции массовой литературы: группы социальных и психотерапевтических функций.

Раздел 2. Институт бестселлера как инструмент эффективного книгораспространения

Тема 2. Институт бестселлера как инструмент эффективного книгораспространения. Определение понятия «бестселлер».

Предпосылки появления первых коммерчески успешных книг: социально-экономические факторы, культурные факторы, формирование литературы как социального института, внутриотраслевые факторы.

Этапы формирования института бестселлера в США и европейских странах: развитие книгоиздательской и книготорговой деятельности, становление рекламного бизнеса, формирование механизма учета данных о книжном (журнальном) тираже, появление новых форм книгораспространения (книжные клубы), выпуск серийных массовых изданий в мягкой обложке (пейпербэк). Влияние средств массовой информации и кинематографа на укрепление феномена бестселлера.

Книга А. П. Хэкет «50 лет бестселлеру» как первая попытка выявить ранние бестселлеры (до 1895 года) и чемпионы издаваемости с момента регистрации бестселлеров.

Понятия «стадиселлер», «лонгселлер», «фастселлер».

Институт бестселлера как совокупность приемов и методов, обеспечивающих эффективное книгораспространение отдельных позиций книжного ассортимента. Периодичность издания списков, группировка бестселлеров. Итоговые списки бестселлеров. Институт бестселлера и практика тиражирования в книгоиздании зарубежных стран. Средства массовой информации и бестселлеры (рецензионные приложения к периодическим изданиям, телевизионные программы и книжные шоу). Формирование рынка субсидиарных прав первопубликации литературного произведения. Рекламные кампании книг-потенциальных бестселлеров. Специфика работы книжных клубов и их роль в создании бестселлеров.

Институт бестселлера и его роль в обеспечении доступности книги, широты и оперативности книжной информации, активных и разнообразных форм продвижения литературы.

Система государственного книгоиздания: советский вариант. Книгоиздание как сфера идеологической деятельности. «Книжный голод» и феномен «черного» книжного рынка.

Особенности российского книгоиздания в постперестроечный период. Появление наряду с традиционной государственной и общественной сетью издательств альтернативных издающих организаций. Разрушение государственной монополии на книгоиздательскую деятельность и создание ситуации конкурентной борьбы между издательствами. Ориентация на реальную рыночную конъюнктуру. Обвальное падение количества издаваемых книг и резкое уменьшение объема тиражей.

Структурные изменения в тематике книгоиздания. Стабильность на современном рынке массовой литературы устойчивых жанрово-тематических разновидностей: детектива, любовного романа, фантастики, исторической беллетристики, комиксов.

Современная ситуация в формировании института бестселлера в России. Издание списков книг-бестселлеров («Книжная индустрия», «Книжное обозрение» и другие периодические издания: специфика формирования списков в различных изданиях). Российские книжные клубы («Книжная лавка» – клуб издательского центра «ТЕРРА», семейный клуб книголюбов и меломанов «XXI век»). Телевизионные книжные передачи («Домашняя библиотека», «Книжная лавка», «Графоман»). Реклама новых книг в прессе и на телевидении.

Институт бестселлера в XXI веке. Изменение форматов и каналов информационного взаимодействия в книжной отрасли. Развитие самиздатовских платформ. Активное использование в книжной маркетинговой политике инструментов и технологий медиainдустрии. «Революцией данных в книжном деле». Формы презентации книги в социальных сетях.

Раздел 3. Массовая литература как жанровая парадигма и ее место

в структуре современного книжного рынка

Тема 3. Массовая литература в структуре книжного рынка России. Количественные изменения в издании художественной литературы за последние годы: тираж, количество названий, доля в общем объеме печатной продукции.

Стабильно лидирующее место беллетристики в общей структуре книжного рынка. Анализ рынка художественной литературы с точки зрения жанрового разнообразия. Причины структурных изменений в издаваемом беллетристическом потоке. Устойчивые лидеры книжного рынка: детектив, фантастика, любовный роман и историческая беллетристика.

Динамика рейтинга популярности жанров.

Изменение соотношения отечественной и переводной художественной литературы. Гипертрофированно высокие тиражи книг зарубежных авторов в конце 1980-х – начале 1990-х годов. Бернская конвенция по авторским правам и издание «доконвенционной» зарубежной литературы. Низкое качество переводов. Деятельность ассоциации «Авторы и издатели против пиратства». Выравнивание долей отечественной и переводной литературы в середине 1990-х гг.

Издательская линия относительно выпуска литературы популярных жанров в серийном исполнении. Псевдосериальность. Издание серий беллетристики как один из маркетинговых приемов в условиях жесткой издательской конкуренции. Книжные серии и «сериализация» сознания массового потребителя. Доля серийных книг в различных жанрах. Хит-парады серий.

Новые явления в издании художественной литературы: новые для отечественной литературы жанровые структуры (любовный роман, фэнтези, мистика, комиксы), новые темы (политический детектив на российском материале, роман катастрофа и другие).

Понятие «читательское» произведение: устойчивая наджанровая структурная схема; определённый набор социально значимых мотивов, которые взаимодействуют внутри фундаментальной схемы; конфликты, основанные на простейшем противостоянии и борьбе протагониста и антагониста, лишённые глубокого психологизма и изначально предполагающие счастливую развязку; центральные герои, выступающие сюжетобразующим стержнем произведения и выполняющие функцию «двигателя» сюжета.

Тема 4. Массовая литература как жанровая парадигма. Приключенческая литература как совокупность жанров. Понятие «приключенческая литература» в литературоведении. Приключенческая литература как совокупность жанров, жанр жанров.

Признаки приключенческой книги: показ жизни в особом состоянии, не тождественном повседневности; преувеличение препятствий и преград на пути героя; случайные совпадения как монтажная основа приключения; рациональные мотивировки как корректирующий элемент приключенческой композиции; принадлежность приключения к игре; реальный драматический эффект и напряженность повествования; атмосфера чуда как ореол или компонент приключения; строгая мотивированность фактами жизни, повышенный реализм; хитроумная информационная организация приключения, приводящая к перераспределению знаний; динамическая неустойчивость приключения как залог действия («продолжение следует»); наличие назидательного аспекта; особый тип главного героя.

Исторические этапы развития приключенческой литературы: сказка как первичная модель приключенческого жанра; рыцарский и плутовский роман; роман Сервантеса «Дон Кихот» и его роль в эволюции приключенческого жанра; готический роман. Дебют приключенческого жанра в английской литературе конца XVIII – начала XIX века (Д. Дефо, Д. Свифт, В. Скотт, Г. Филдинг). Становление романтизма и его влияние на приключенческий роман (творчество Т. А. Гофмана, В. Гюго). Реализм и приключенческий жанр.

Влияние исторических перемен на популярность приключенческого жанра в конце XIX века: развитие науки, урбанизация, бурное развитие прессы и появление нового жанра в периодике – «роман с продолжением».

Специфика развития приключенческого жанра в русской дореволюционной литературе, использование мотива приключения во имя неприключенческих целей (Н. Гоголь, М. Лермонтов). Развитие жанра в послереволюционный период (А. Толстой, А. Грин, А. Гайдар, И. Ильф и Е. Петров, В. Катаев и другие).

Детектив как литературный жанр. Детектив как литературный жанр: признаки жанра. Этапы становления детектива. Социальные факторы, подготовившие почву для появления детектива в середине XIX века. Э. По как родоначальник жанра. Классический детектив (Э. По, А. К. Дойл, А. Кристи, Г. К. Честертон, Р. Стаут) как интеллектуальная загадка. Динамический детектив как детектив «жесткой школы» жизни (С. Д. Хэммет, Р. Чандлер, Р. Макдональд, М. Спиллейн, Э. С. Гарднер). Специфика динамического детектива. Психологический детектив (Ж. Сименон, П. Буало, Т. Нарсежак, С. Жапризо). Особенности психологического детектива.

Различные подходы к типологии жанра. Разновидности детектива: триллер, политический детектив, шпионский роман, комический детектив, мистический детектив и другие.

Детектив в отечественной литературе. Причины «недоразвития» детективного жанра в условиях тоталитарного общества.

Детектив как литературная формула.

Современный отечественный детектив как произведение, основной сюжетной ситуацией которого является раскрытие тайны, а сюжетообразующим стержнем – активный герой в действии. Современная школа российского детектива. Детективные произведения А. Бушкова, Д. Корецкого, Д. Донцовой, В. Доценко, А. Марининой, Ф. Незнанского, Е. Сухова, А. и С. Литвиновых, Т. Устиновой.

Любовный роман как литературный жанр. Любовный роман как жанр массовой литературы и литературная формула.

Генетическая связь любовного романа с волшебной сказкой. Романтизм в литературе и оформление любовного романа в массовый жанр. 70-80-е годы XX века – общемировой расцвет жанра.

Жанровая специфика любовного романа: базовые архетипы и клишированные приемы, типология мелодраматических ситуаций, особенности главных и второстепенных персонажей любовных романов.

Типология любовных романов: викторианский, неоготический, мыльная опера, семейная сага, роман плантаций, «розовая» эротика и другие.

Любовный роман на российском книжном рынке. Женская отечественная проза в конце 1970-х – начале 1980-х гг. Беллетристические установки в творчестве И. Грековой, Г. Щербаковой, В. Токаревой. Обилие переводных изданий. Книжки Н. Бенцони, Б. Картленд, Д. Коллинз, А. Рип-лей, К. Маккалоу и другие.

Особенности развития любовного романа в отечественной литературе. Российская специфика любовного романа. Любовные романы Е. Вильмонт, А. Знаменской, М. Королёвой, Е. Лагутиной, Н. Невской. О. Островской, А. Берсеновой и др. Книжные серии любовного романа.

Современный отечественный любовный роман как кумулятивная цепь отдельных эпизодов, «нанизанная» на центральную сюжетобразующую ось (женщина в состоянии «нехватки любви»).

Фантастика как литературный жанр. Фантастика как тип формульного повествования.

Признаки жанра фантастики. Фантастика как отображение несуществующего в действительности, созданного фантазией и воображением. Основные формы проявления фантастического в произведении: предметно-образные формы, фантастическое в композиции, фантастическое в идейно-проблемной основе произведения.

Два основных направления в фантастике: фэнтези и научная фантастика, их отличительные особенности. Литературные корни и традиции фэнтези, связь фэнтези с народ-

ной сказкой, влияние на развитие этого направления романтизма, символизма, модернизма, учения З. Фрейда и идей Юнга о коллективном бессознательном. Произведения Джона Р. Р. Толкиена – культовые книги поклонников фэнтези. Расцвет жанра в конце XX века как результат разочарования в технической цивилизации. Космогоничность фэнтези. Использование героями фэнтези магии и колдовства. Применение старинной атрибутики.

Три основных направления литературы фэнтези: «классическая» фэнтези, историческая фэнтези, научная фэнтези, фэнтези-боевик.

Российский книжный рынок фэнтези. Наиболее популярные авторы жанра фэнтези: Д. Толкиен, У. Ле Гуин, Р. Зилазни, Говард и другие. Популярные отечественные авторы, работающие в жанре фэнтези: Ник Перумов, С. Лукьяненко, М. Семенова, А. Бушков, С. Алексеева, Ю. Вознесенская Ю. Никитин, М. Семёнова и др.

Научная фантастика: этапы становления. Ж. Берн как предтеча научной фантастики, популяризатор науки. Создатели жанра научной беллетристики. Г. Уэллс как социальный мыслитель и его вклад в развитие жанра и формирование глобального «банка идей» современной фантастики. Особенности научной фантастики, взаимоотношения науки и научной фантастики. «Золотой век» англо-американской научной фантастики (60-е годы XX века).

Научная фантастика в советской литературе. Творчество А. Казанцева, И. Ефремова, А. Беляева, братьев Стругацких. Новое поколение российских фантастов.

Попытка классификации жанра научной фантастики.

Жанр исторической беллетристики. Особенности жанра исторической беллетристики. Основные признаки жанра: документальная основа сюжета, характеров и действий; наличие реальных исторических лиц и реальных примет времени; историзм мышления и художественного воспроизведения жизни; наличие исторической дистанции.

В. Скотт – первый исторический романист. Этапы становления исторической романистики и ее основные направления. Историко-реалистический роман, историко-романтический и историко-документальный роман. Развитие жанра исторического романа в русской и советской литературе.

Проблема классификации исторического романа в литературоведении.

В. Пикуль как основоположник массовой исторической беллетристики.

Рейтинг популярности исторических романов (В. Пикуль, К. Валишевский, Вс. Иванов, В. Шишков, Д. Балашов, А. Ладинский, А. Дюма и другие).

Комикс как синтетический жанр литературы и искусства. Появление комиксов в американской периодике конца XIX века. Причины нынешней популярности комиксов. Комиксы как гибридная форма литературы и массового искусства. Традиционные виды комиксов (юмористические, детективные и приключенческие) и новые жанровые разновидности (биографии, научная фантастика, псевдоисторические комиксы, «ужастики-страшилки». Комиксы социальной проблематики, эротические комиксы). Комиксы для детей и для взрослых.

Раздел 4. Особенности чтения литературы популярных жанров различными группами пользователей

Тема 5. Особенности чтения литературы популярных жанров различными группами пользователей. Типология читателей художественной литературы как научная проблема. Компенсаторный и развлекательный мотивы чтения литературы популярных жанров. Данные о чтении и восприятии литературы популярных жанров в исследованиях по социологии и психологии чтения. Влияние социально-демографических признаков на чтение литературы популярных жанров: возрастные предпочтения, особенности чтения бестселлеров мужчинами и женщинами, уровень образования и профессия.

Типологии читателей художественной литературы: типология И. Рыскина (по уровню читательской культуры и направленности чтения), типология С. А. Трубникова (по уровню литературно-художественного вкуса и характеру читательских интересов),

классификация Л. И. Беляевой (по аспектам читательской деятельности: мотивы, установки, стимуляторы, восприятие, критерии оценки и другие). Возможности использования типологий читателей художественной литературы при изучении чтения и читателей литературы популярных жанров.

Читательская аудитория детективов.

Портрет читательницы сентиментального жанра.

Исследование чтения фантастики и типология читателей фантастики.

Специфика читательской аудитории исторической беллетристики.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. Общие положения

Самостоятельная работа обучающихся – особый вид познавательной деятельности, в процессе которой происходит формирование оптимального для данного индивиду стиля получения, обработки и усвоения учебной информации на основе интеграции его субъективного опыта с культурными образцами.

Самостоятельная работа может быть аудиторной и внеаудиторной.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется на лекциях, практических и семинарских занятиях.

Внеаудиторная самостоятельная работа может осуществляться:

- в контакте с преподавателем: на консультациях по учебным вопросам, по подготовке выпускных квалификационных работ, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т. д.;

- без контакта с преподавателем: в аудитории для индивидуальных занятий, в библиотеке, дома, в общежитии и других местах при выполнении учебных и творческих заданий.

Внеаудиторная самостоятельная работа, прежде всего, включает повторение материала, изученного в ходе аудиторных занятий; работу с основной и дополнительной литературой и интернет-источниками; подготовку к семинарским и практическим занятиям; выполнение заданий, вынесенных преподавателем на самостоятельное изучение; научно-исследовательскую и творческую работу обучающегося.

Целью самостоятельной работы обучающегося является:

- формирование приверженности к будущей профессии;
- систематизация, закрепление, углубление и расширение полученных знаний умений, владений;

- формирование умений использовать различные виды изданий (официальные, научные, справочные, информационные и др.);

- развитие познавательных способностей и активности обучающегося (творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности);

- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию, самореализации;

- развитие исследовательского и творческого мышления.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, и ее объем по каждой дисциплине определяется учебным планом. Методика ее организации зависит от структуры, характера и особенностей изучаемой дисциплины, индивидуальных качеств и условий учебной деятельности.

Для эффективной организации самостоятельной работы обучающийся должен:

знать:

- систему форм и методов обучения в вузе;

- основы научной организации труда;

- методики самостоятельной работы;
 - критерии оценки качества выполняемой самостоятельной работы;
- уметь:*
- проводить поиск в различных поисковых системах;
 - использовать различные виды изданий;
 - применять методики самостоятельной работы с учетом особенностей изучаемой дисциплины;
- владеть:*
- навыками планирования самостоятельной работы;
 - навыками соотнесения планируемых целей и полученных результатов в ходе самостоятельной работы;
 - навыками проектирования и моделирования разных видов и компонентов профессиональной деятельности.

Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей обучающихся. Время и место самостоятельной работы выбираются обучающимися по своему усмотрению, но с учетом рекомендаций преподавателя.

Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения рабочей программы дисциплины, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и владениям обучаемых. Обязательно следует помнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочного занятия, а затем – приступать к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном рабочей программой дисциплины.

5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Таблица 5

5.2.1. Содержание самостоятельной работы

Наименование разделов, тем	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
1	2	3
Раздел 1. Бестселлер как явление массовой культуры.		
Тема 1. Бестселлер как явление массовой культуры	Подготовка к семинарскому занятию № 1. Тема «Массовая литература как социальное явление». Выполнение практического задания № 1. Тема «Массовая литература: интерпретации понятия». Выполнение самостоятельной работы № 1. Тема «Изучение литературных формул».	Оценка степени участия в семинаре. Оценка выполнения практического задания. Оценка выполнения самостоятельного задания.
Раздел 2. Институт бестселлера как инструмент эффективного книгораспространения.		
Тема 2. Институт бестселлера как инструмент эффективного книгораспространения.	Подготовка к семинарским занятиям № 2. Тема «Мода как инструмент стимулирования читательской деятельности»; № 3. Тема «Бренды в книжном деле России»; № 4. Тема «Продвижение книг в социальных сетях»; № 5. Тема «Экранизации книг как средство формирования читательской моды».	Оценка степени участия в семинарах. Оценка выполнения практических заданий. Оценка выполнения самостоятельного задания.

	Выполнение практических заданий № 2. Тема «Списки бес-селлеров по версии различных источников»; № 3. Тема «Книжные бренды»; № 4. Тема «Сайт издающей организации как инструмент продвижения издательской продукции»; № 5. Тема «Сайт предприятия книгораспространения как инструмент продвижения издательской продукции»; № 6. Тема «Социальная сеть как инструмент продвижения издательской продукции издающими и книготорговыми предприятиями»; № 7. Тема «Читательские социальные сети как площадка для продвижения издательской продукции»; № 8. Тема «Подготовка радиообращения для продвижения издательской продукции»; № 9. Тема «Подготовка макета листовки по продвижению нового издания»; № 10. Тема «Буктрейлеры: анализ рекламного потенциала». Выполнение самостоятельной работы № 2. Тема «Анализ рекламных текстов на книги массового спроса».	
Раздел 3. Массовая литература как жанровая парадигма и ее место в структуре современного книжного рынка.		
Тема 3. Массовая литература в структуре книжного рынка России	Подготовка к семинарскому занятию №6. Тема «Актуальные тенденции издания популярной массовой литературы». Выполнение практических заданий № 11. Тема «Признаки читабельного произведения»; № 12. Тема «Популярная массовая литература на сайтах издательств». Выполнение самостоятельной работы № 3. Тема «Литературный проект как инструмент продвижения массовой литературы».	Оценка степени участия в семинаре. Оценка выполнения практических заданий. Оценка выполнения самостоятельного задания.
Тема 4. Массовая литература как жанровая парадигма.	Подготовка к семинарскому занятию № 7. Тема «Стратегии успеха в истории литературы». Выполнение практических заданий № 13. Тема «Литературный проект «Борис Акунин»: развитие и контекст»; № 14.	Оценка степени участия в семинаре. Оценка выполнения практических заданий. Оценка выполнения самостоятельного задания.

	Тема «Типологические черты современного любовного романа»; № 15. Тема «Новые книжные серии на отечественном рынке литературы по фантастике: анализ концептуальных подходов». Выполнение самостоятельной работы № 4. Тема «Лексико-стилистическое своеобразие современной массовой литературы».	
Раздел 4. Особенности чтения литературы популярных жанров различными группами пользователей.		
Тема 5. Особенности чтения литературы популярных жанров различными группами пользователей.	Выполнение практического задания № 16. Тема «Мотивы чтения и структура жанрово-тематических предпочтений современных россиян: мини-исследование» Выполнение самостоятельной работы № 5. Тема «Разработка методического инструментария для изучения досугового чтения различных читательских групп».	Оценка выполнения практического задания. Оценка выполнения самостоятельного задания.

5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Самостоятельная работа № 1. Тема «Изучение литературных формул».

Цель работы – формирование представлений о формульной литературе (по Дж.Г. Кавелти).

Задание и методика выполнения. Прочитайте статью Дж.Г. Кавелти. Напишите эссе, в котором обозначены основные признаки «формульной» литературы.

Рекомендуемая литература:

1. Кавелти, Дж. Г. Изучение литературных формул / Дж. Г. Кавелти // Новое литературное обозрение. – 1996. – Вып. 22. – С. 33–64. Режим доступа: Изучение литературных формул (metodolog.ru) (23.08.2019).

Самостоятельная работа № 2. Тема «Анализ рекламных текстов на книги массового спроса».

Цель работы – получить представление о характере рекламных текстов на книги массового спроса.

Задание и методика выполнения:

1. Составьте библиографические описания анализируемых ресурсов из числа:
 - периодических изданий (газета «Книжное обозрение», журналы «Книжная индустрия», «Что читать» и др. – по выбору обучающегося);
 - сайты издательств и книжных интернет-магазинов («АСТ», «Эксмо», «Озон», «Лабиринт» и др. – по выбору обучающегося);
 - книжные рекомендательные сервисы / книжные социальные сети (LivLib, Bookmix и др. – по выбору обучающегося);
 - другие сетевые ресурсы (книжные аккаунты в социальных сетях Вконтакте, Инстаграм и др. – по выбору обучающегося).

2. Выявите рекламные тексты / рецензии / отзывы на литературу массового спроса, проанализируйте их с точки зрения целей написания, целевой аудитории, стиля изложения, эмоциональности, культуры библиографического описания рецензируемых книг.

3. Выберите и приведите в тексте практической работы наиболее и наименее удачные варианты книжной рекламы. Свой выбор аргументируйте.

4. Проанализируйте оформление тех рубрик / страниц, на которых представлены рекламные тексты (место на странице, воспроизведение макетов книг, использование цветной печати и т.д.).

5. Используя часто встречающиеся в печати клише, составьте собственный вариант текста рекламного сообщения на известные детские произведения (на выбор предлагается: «Золушка» Ш. Перро, «Аленький цветочек» Аксакова, «Золотой ключик» А. Толстого).

Самостоятельная работа № 3. Тема «Литературный проект как инструмент продвижения массовой литературы».

Цель работы – изучить признаки литературного проекта как формы продвижения массовой литературы в издательском деле современной России.

Задание и методика выполнения.

М. А. Черняк определяет литературный проект как «создание серии произведений по заранее запланированной автором или издательством схеме», «одну из форм коммерциализации литературного потока». И. Шайтанов считает, что «проект – это сконструированная акция, в которой проектировщик выступает не «инженером человеческих душ», а ризлтером культурного пространства».

Сформулируйте свою позицию по поводу того, что такое литературный проект. Приведите примеры авторских и издательских литературных проектов. Объясните, всякий ли литературный проект может считаться формой коммерциализации литературного потока.

Самостоятельная работа № 4. Тема «Лексико-стилистическое своеобразие современной массовой литературы».

Цель работы – изучение специфики стиля и лексики текстов современной массовой литературы.

Задание и методика выполнения:

1. Критик Г. Циплаков в статье «При чем тут маркетинг?: Средний класс как вопрос русской литературы XXI века между жанрами» отмечал: «Роль зацепок внимания нужной публики (рекламисты называют такие фрагменты текста «стопперами») выполняют в актуальной литературе и начальные абзацы и вообще первые несколько страниц произведения». По приведенным ниже первым абзацам сделайте вывод о жанре произведения.

Фрагмент текста	Жанр
«То, что еще два часа назад было роскошным «мерседесом», сейчас чернело кучей искореженного металла, от которой несло смрадом горелой пластмассы, кожи; ко всему примешивался сладковатый запах паленой плоти» (Ф. Незнанский «Ошейники для волков»).	
« У нее было два возможных жениха. Один на десять лет моложе, другой на десять лет старше. Тот, что моложе, все время говорил слово «вообще». Оно звучало у него «ваше»» (В. Токарева «Коррида»).	
«При взгляде на эту комнату с лежащим посередине на полу трупом старой женщины почему-то возникала ассоциация с Достоевским. Убийство старухи-процентщицы. Хотя убитая, по предварительным данным, ростовщицеством не занималась и ломбард на дому тоже не устраивала. Более того, обстановка в большой квартире в «сталинском» доме свидетельствовала о достатке и аристократических	

корнях хозяев» (А. Маринина «Иллюзия греха»).	
«В понедельник 13 мая 1876 года в третьем часу пополудни, в день по-весеннему свежий и по-летнему теплый, в Александровском саду, на глазах у многочисленных свидетелей, случилось безобразное, ни в какие рамки не укладывающееся происшествие» (Б. Акунин. «Азальза»).	
«Когда Варвара была уже в двери, эта самая дверь распахнулась и влетел шеф – весь порыв, свежесть, утренний бриз. Светлое пальто, сияющие волосы надушены и уложены, костюм по-весеннему светел и нов» (Т. Устинова «Подруга особого назначения»).	
«Чистая, белая, жемчужная, теплая старина обняла и закружила меня. Какая красота и поэзия насыщала старую русскую жизнь. Нет, я не хочу быть новой русской, хотя я и баснословно богата. Я хочу вырастать, как лилия, из теплого изящества, из грации и доверчивости старой русской жизни, забытой и убитой век назад... Я буду устраивать в моем особняке камерные концерты, вокальные вечера, званые обеды, читки свеженарисованных романов и пьес... И мой дом станет знаменитым. Он будет магнитом, и лучшие, драгоценнейшие души притянутся к нему» (Е. Благова «Кровавая палитра»).	
«Замаскировавшийся под НЛО звездолет накручивал обороты вокруг Третьей планеты. На исходе шестой части суточного времени кибернетический мозг переварил первую порцию привезенных разведчиками данных и выдал свои соображения Капитану. Еще через три десятых суточной части экипаж собрался в кают-компанию» (В. Пищенко «Колобок»).	

2. Литературовед М. А. Черняк считает, что многозначность семантики заглавий, характерная для элитарной литературы, в массовой литературе или снижается, или вообще исчезает. Заглавия приобретают иную функцию – функцию товарного знака, маркировки.

По приведенным ниже заглавиям произведений массовой литературы, определите их жанровую принадлежность.

Заглавие произведения	Жанр
Абдулаев Ч. «Почти невероятное убийство».	
Арсеньева Е. «Клеймо красоты».	
Булычев А. «Сотник из будущего».	
Волгин И. «Трех убийств мало».	
Глебов М. «Луна цвета стали».	
Ерш Н. «Золушка за тридцать».	
Ланская М. «В зеркале Венеры».	
Латынина Ю. «Здравствуй, я ваша крыша».	
Леонов Н. «Беспредел».	
Лукьяненко С. «Звезды – холодные игрушки».	
Маринина М. «Казнь без злого умысла».	
Мельникова В. «Колечко с бирюзой».	
Серова М. «Дамский пасьянс».	
Сушинов С. «Звездные Волки против звездных Королей».	
Углицкая А. «Наследница Асторрейна».	

Самостоятельная работа № 5. Тема «Разработка методического инструментария для изучения досугового чтения различных читательских групп».

Цель работы – выработка навыков социологического исследования досугового чтения.

Задание и методика выполнения:

Разработать анкету для изучения досугового чтения определенной социально-демографической группы (по выбору студента).

При выполнении работы необходимо учитывать основные требования к разработке анкеты как системы вопросов, объединенных темой, исследовательским замыслом и направленных на выявление количественных и качественных характеристик объекта анализа.

Вопросы анкеты должны быть четко упорядоченными; структуру анкеты следует тщательно продумать. Важно помнить, что одни и те же вопросы, расположенные в разной последовательности, могут дать другую информацию.

Обучающемуся необходимо уяснить, что вопросы в анкете не воспринимаются респондентом изолированно, и особое внимание уделить снижению «эффекта эха» / «эффекта излучения» и преодолению проблемы монотонности.

Важно учесть требования к лексике анкеты, которая должна соответствовать лексике той аудитории, с которой предстоит работать. Чрезмерно упрощенная лексика так же опасна, как излишнее и чрезмерное использование сложных терминов. Некоторые общие требования к языку анкеты, о которых студенту необходимо помнить, можно представить следующим образом:

- необходимо использовать живой разговорный язык;
 - вопросы не должны содержать слова и словосочетания, которые могут быть непонятны части респондентов;
 - вопросы должны быть однозначными, то есть их понимание не должно зависеть от уровня культуры или образования респондента;
 - вопросы не должны выходить за рамки компетентности респондентов; спрашивать только о том, о чем у опрашиваемых может быть свое мнение;
 - вопросы должны быть не слишком длинными и не включать сложные грамматические конструкции;
 - Нельзя использовать такие выражения, которые подталкивали бы респондента к выбору определенного ответа («к сожалению», «не правда ли»);
 - недопустимо использовать такие выражения, которые раскрывали бы отношение – негативное или позитивное, к предмету исследования самих исследователей.
- Следует помнить, что общее число вопросов в анкете не должно превышать 45.

Оптимальное время на заполнение анкеты – около 40 минут.

Вопросы анкеты можно классифицировать:

- по содержанию;
- по форме (открытые и закрытые, прямые и косвенные);
- по функции (основные, вспомогательные).

В разрабатываемой анкете должны быть представлены все типы вопросов:

Закрытый вопрос — тот, на который в анкете приводится полный набор вариантов ответов. Респондент должен подчеркнуть / отметить иным образом один из предложенных вариантов, совпавший или наиболее близко соответствующий его мнению. *Полузакрытый вопрос* – набор вариантов ответов плюс вариант «другое», «другой вариант». Вопросы подразумевающие ответ «да» или «нет», называются *дихотомическими*.

Открытый вопрос не навязывает респонденту конкретный вариант ответа. После вопроса обычно оставляется несколько пустых строк, в которых, как предполагается, респондент изложит свою точку зрения (но при этом нужно быть готовым к тому, что на часть вопросов можно получить формальный ответ или не получить его вовсе).

Альтернативный вопрос – предлагается перечень готовых ответов, из которых можно выбрать несколько вариантов.

Необходимо помнить, что все типы вопросов имеют свои достоинства и недостатки. Например, открытые вопросы позволяют получить мнение респондента, сформулированное им самим, а не навязанное нашими же вариантами ответов. Но с другой стороны,

потом очень трудно обрабатывать полученную информацию; кроме того, респонденты не очень любят такие вопросы, они вызывают у них затруднения и потому часто остаются без ответа. Открытые вопросы обычно используются для изучения мотивов чтения, получения информации о круге чтения.

Кроме основных вопросов, в анкете необходимо использовать разного рода вспомогательные вопросы (их называют функционально-психологическими). К ним относятся контактные, буферные вопросы, вопросы-ловушки, вопросы-фильтры.

Контактные вопросы используются для создания определенной психологической атмосферы, способствующей успешному проведению опроса. Это простые вопросы, располагающиеся, как правило, в начале анкеты. Они располагают респондента к продолжению разговора. Если анкета очень большая, то можно использовать такие вопросы в середине анкеты. Часто контактные вопросы выполняют чисто служебные функции и при обработке и анализе полученных результатов не учитываются.

Буферные вопросы используются для перехода от одного тематического блока анкеты к другому. Резкий переход от одной темы к другой может вызвать непонимание респондента. Буферный вопрос – это, как правило, вообще не вопрос, а преамбула к нему. Он позволяет респонденту понять логику анкеты, поясняет, для чего нужно переключение на другую тему. Например: «О новинках книжного рынка можно узнать не только из прессы. Нас интересуют, какие каналы получения информации вы используете. Поэтому позвольте задать вам несколько вопросов на эту тему. Какие телепрограммы вы регулярно смотрите?».

Вопросы-фильтры предназначены для той части аудитории, которая в состоянии ответить на интересующие нас вопросы. Ясно, что вопросы, например, о работе книжного магазина, можно задавать только тем, кто пользуется им. При опросах, когда необходимо использование вопросов-фильтров, сначала задается такой вопрос («Вы покупаете книги в таком-то магазине?»), после которого крупным шрифтом указывается, что на следующие, предположим, 5 вопросов будут отвечать только те, кто ответил «да». Остальные сразу переходят к вопросу №....

Вопросы-ловушки, или контрольные вопросы, предназначены для оценки искренности ответов. Некоторые респонденты стремятся показать себя лучше, чем они есть на самом деле и дают ложные ответы. Например, в исследованиях, связанных с чтением часто используют такой прием. Респондентам предлагается список авторов и названий книг и спрашивается, читали ли они эти книги, понравились ли они им. При этом в список включается несуществующая книга вымышленного автора. Определенный процент респондентов выбирают эту книгу; их анкеты выбраковываются. Другой вариант – спросить о том же еще раз, но иначе сформулировать вопрос. Например, сначала спросить «Довольны ли вы ассортиментом книг в нашем магазине», а через некоторое время задать такой вопрос «Всегда ли вы можете получить нужную книгу в нашем магазине» и т.п.

При выполнении задания необходимо также помнить о правилах расположения блоков вопросов. В самом начале анкеты идут наиболее простые и нейтральные по смыслу вопросы. Затем идут более сложные вопросы, касающиеся уже непосредственно объекта исследования, в нашем случае – чтения. В конце анкеты помещаются вопросы о личности опрашиваемого: возраст и социальный статус покупателя; профессия и квалификационный уровень; уровень семейного дохода; реквизиты и контактные данные и т.п. («паспортичка»).

Рекомендуемая литература:

1. Васильев, И. Г. Социологические исследования в библиотеках : практ. пособие / И. Г. Васильев, М. Е. Илле, Д. К. Равинский. – Санкт-Петербург : Профессия, 2001. – 174 с.

5.2.3. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных

ресурсов необходимых для самостоятельной работы

См. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

<http://fgosvo.ru/> – Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования.

<http://gramota.ru/> – Справочно-информационный портал **Грамота.ру** – русский язык для всех.

<https://grants.culture.ru/> – Культура. Гранты России. Общероссийская база конкурсов и грантов в области культуры и искусства.

<https://openedu.ru> – Открытое образование.

<https://президентскиегранты.рф> – Фонд президентских грантов.

<https://rsv.ru> – Россия – страна возможностей.

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Таблица 6

Паспорт фонда оценочных средств для текущей формы контроля

Паспорт фонда оценочных средств для текущих форм контроля			
Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижении компетенций	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
Раздел 1. Бестселлер как явление массовой культуры			
Тема 1. Бестселлер как явление массовой культуры.	ПК-3 Способен провести исследование в сфере издательского дела на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики.	ПК-3.1.	– Семинар № 1. Тема «Массовая литература как социальное явление». – Практическое занятие № 1. Тема «Массовая литература: интерпретации понятия». – Самостоятельная работа № 1. Тема «Изучение литературных формул».
		ПК -3.2.	
		ПК -3.3.	
Раздел 2. Институт бестселлера как инструмент эффективного книгораспространения			
Тема 2. Институт бестселлера как инструмент эффективного книгораспространения.	ПК-3 Способен провести исследование в сфере издательского дела на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики.	ПК -3.1.	– Семинар № 2. Тема «Мода как инструмент стимулирования читательской деятельности». – Семинар № 3. Тема «Бренды в книжном деле России». – Семинар № 4. Тема «Продвижение книг в социальных сетях». – Семинар № 5. Тема «Экранизации книг как средство формирования чи-
		ПК -3.2.	
		ПК -3.3.	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижении компетенций	Наименование оценочного средства
			тательской моды». – Практическое занятие № 2. Тема «Списки бестселлеров по версии различных источников». – Практическое занятие № 3. Тема «Книжные бренды». – Практическое занятие № 4. Тема «Сайт издающей организации как инструмент продвижения издательской продукции». – Практическое занятие № 5. Тема «Сайт предприятия книгораспространения как инструмент продвижения издательской продукции». – Практическое занятие № 6. Тема «Социальная сеть как инструмент продвижения издательской продукции издающими и книготорговыми предприятиями». – Практическое занятие № 7. Тема «Читательские социальные сети как площадка для продвижения издательской продукции» – Практическое занятие № 8. Тема «Подготовка радиообращения для продвижения издательской продукции» – Практическое занятие № 9. Тема «Подготовка макета листовки по продвижению нового издания» – Практическое занятие № 10. Тема «Буктрейлеры: анализ рекламного потенциала». – Самостоятельная работа № 2. Тема «Анализ рекламных текстов на книги массового спроса».
Раздел 3. Массовая литература как жанровая парадигма и ее место в структуре современного книжного рынка			

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижении компетенции	Наименование оценочного средства
Тема 3. Массовая литература в структуре книжного рынка России.	ПК-3 Способен провести исследование в сфере издательского дела на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики.	ПК -3.1.	– Семинар № 6. «Актуальные тенденции издания популярной массовой литературы». – Практическое занятие № 11. Тема «Признаки читабельного произведения». – Практическое занятие № 12. Тема «Популярная массовая литература на сайтах издательств». – Самостоятельная работа № 3. Тема «Литературный проект как инструмент продвижения массовой литературы».
		ПК -3.2.	
		ПК -3.3.	
Тема 4. Массовая литература как жанровая парадигма.	ПК-3 Способен провести исследование в сфере издательского дела на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики.	ПК -3.1.	– Семинар № 7. Тема «Стратегии успеха в истории литературы» – Практическое занятие № 13. Тема «Литературный проект «Борис Акунин»: развитие и контекст». – Практическое занятие № 14. Тема «Типологические черты современного любовного романа». – Практическое занятие № 15. Тема «Новые книжные серии на отечественном рынке литературы по фантастике: анализ концептуальных подходов». – Самостоятельная работа № 4. Тема «Лексико-стилистическое своеобразие современной массовой литературы».
		ПК -3.2.	
		ПК -3.3.	
Раздел 4. Особенности чтения литературы популярных жанров различными группами пользователей			
Тема 5. Особенности чтения литературы популярных жанров различными группами пользователей	ПК-3 Способен провести исследование в сфере издательского дела на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики.	ПК-3.1.	– Практическое занятие № 16. Тема «Мотивы чтения и структура жанрово-тематических предпочтений современных россиян: мини-исследование» – Самостоятельная работа № 5. Тема «Разработка методического инструмента-
		ПК -3.2.	
		ПК -3.3.	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижении компетенций	Наименование оценочного средства
			рия для изучения досугового чтения различных читательских групп».

Таблица 7

Паспорт фонда оценочных средств для промежуточной аттестации

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижении компетенции	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
Раздел 1. Бестселлер как явление массовой культуры			
Тема 1. Бестселлер как явление массовой культуры.	ПК-3 Способен провести исследование в сфере издательского дела на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики.	ПК-3.1.	– Вопросы к экзамену: №№ теоретических вопросов: 1-4; – №№ практико-ориентированных заданий: 1.
		ПК -3.2.	
		ПК -3.3.	
Раздел 2. Институт бестселлера как инструмент эффективного книгораспространения			
Тема 2. Институт бестселлера как инструмент эффективного книгораспространения.	ПК-3 Способен провести исследование в сфере издательского дела на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики.	ПК -3.1.	– Вопросы к экзамену: №№ теоретических вопросов: 5-11; №№ практико-ориентированных заданий: 2.
		ПК -3.2.	
		ПК -3.3.	
Раздел 3. Массовая литература как жанровая парадигма и ее место в структуре современного книжного рынка			
Тема 3. Массовая литература в структуре книжного рынка России.	ПК-3 Способен провести исследование в сфере издательского дела на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики.	ПК -3.1.	– Вопросы к экзамену: №№ теоретических вопросов: 12-13; №№ практико-ориентированных заданий: 3.
		ПК -3.2.	
		ПК -3.3.	
Тема 4. Массовая литература как жанровая парадигма.	ПК-3 Способен провести исследование в сфере издательского дела на основе	ПК -3.1.	– Вопросы к экзамену: №№ теоретических вопросов: 14-15; №№ практико-ориентиро-
		ПК -3.2.	
		ПК -3.3.	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижении компетенций	Наименование оценочного средства
	самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики.		ванных заданий: 4.
<i>Раздел 4. Особенности чтения литературы популярных жанров различными группами пользователей</i>			
Тема 5. Особенности чтения литературы популярных жанров различными группами пользователей	ПК-3 Способен провести исследование в сфере издательского дела на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики.	ПК-3.1.	– Вопросы к экзамену: №№ теоретических вопросов: 16; №№ практико-ориентированных заданий: 5.
		ПК -3.2.	
		ПК -3.3.	

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

Таблица 8

Показатели и критерии оценивания компетенций

Планируемые результаты освоения ОПОП	Показатели сформированности компетенций	Критерии оценивания
1	2	3
ПК-3	– понимает специфику методологии и методики анализа структуры института бестселлера, механизмов его функционирования, динамики и тенденций развития; – применяет методику диагностики и анализа состояния института бестселлера; изучать и обобщать достижения современной издательской практики в области планирования и продвижения издательской продукции; – способен использовать знания, умения, владения в профессиональной деятельности.	Обучающийся обладает необходимой системой знаний, достиг осознанного владения умениями, навыками и способами профессиональной деятельности. Демонстрирует способность анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.

Таблица 9

Этапы формирования компетенций

Наименование этапа	Характеристика этапа	Формы контроля
1	2	3
Начальный (входной) этап формирования компетенций	Диагностика входных знаний в рамках компетенций.	Входное тестирование, само-анализ, устный опрос
Текущий этап формирования компетенций	Выполнение обучающимися заданий, направленных на формирование компетенций Осуществление выявления причин препятствующих эффективному освоению компетенций.	Активная учебная лекция; семинары; практические занятия, самостоятельная работа
Промежуточный (аттестационный) этап формирования компетенций	Оценивание сформированности компетенций по отдельной части дисциплины или дисциплины в целом.	Экзамен: – ответы на теоретические вопросы; – выполнение практико-ориентированных заданий

6.2.2. Описание шкал оценивания

Таблица 10

6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на экзамене

Оценка по номинальной шкале	Описание уровней результатов обучения
Отлично	Обучающийся показывает глубокие, исчерпывающие знания в объеме пройденной программы, уверенно действует по применению полученных знаний на практике, демонстрируя умения и навыки, определенные программой. Грамотно и логически стройно излагает материал при ответе, умеет формулировать выводы из изложенного теоретического материала, знает дополнительно рекомендованную литературу. Обучающийся способен действовать в нестандартных практико-ориентированных ситуациях. Отвечает на все дополнительные вопросы. Результат обучения показывает, что достигнутый уровень оценки результатов обучения по дисциплине является основой для формирования общекультурных и профессиональных компетенций, соответствующих требованиям ФГОС.
Хорошо	Результат обучения показывает, что обучающийся продемонстрировал результат на уровне осознанного владения учебным материалом и учебными умениями, навыками и способами деятельности по дисциплине. Допускает незначительные ошибки при освещении заданных вопросов. Обучающийся способен анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.
Удовлетворительно	Результат обучения показывает, что обучающийся обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине. Ответы излагает хотя и с ошибками, но исправляемыми после дополнительных и наводящих вопросов. Обучающийся способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что является основой успешного формирования умений и навыков для решения практико-ориентированных задач.
Неудовлетвори-	Результат обучения обучающегося свидетельствует об усвоении им

Оценка по номинальной шкале	Описание уровней результатов обучения
тально	только элементарных знаний ключевых вопросов по дисциплине. Допущенные ошибки и неточности в ходе промежуточного контроля показывают, что обучающийся не овладел необходимой системой знаний и умений по дисциплине. Обучающийся допускает грубые ошибки в ответе, не понимает сущности излагаемого вопроса, не умеет применять знания на практике, дает неполные ответы на дополнительные и наводящие вопросы.

Описание шкалы оценивания при тестировании на базе тестовых материалов института

Оценка по номинальной шкале	% правильных ответов, полученных на тестировании
Отлично	от 90 до 100
Хорошо	от 75 до 89,99
Удовлетворительно	от 60 до 74,99
Неудовлетворительно	менее 60

Таблица 11

6.2.2.2. Описание шкалы оценивания

Устное выступление (семинар, доклад)

Дескрипторы	Образцовый, примерный; достойный подражания ответ (отлично)	Законченный, полный ответ (хорошо)	Изложенный, раскрытый ответ (удовлетворительно)	Минимальный ответ (неудовлетворительно)	Оценка
Раскрытие проблемы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы.	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы.	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы.	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы.	
Представление	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Используются все необходимые профессиональные термины.	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано большинство необходимых профессиональных терминов.	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Профессиональная терминология использована мало.	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	
Оформление	Широко использованы	Использованы информацион-	Использованы информационные	Не использованы информационные	

	информационные технологии (PowerPoint). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.	ные технологии (PowerPoint). Не более 2 ошибок в представляемой информации.	технологии (PowerPoint) частично. 3–4 ошибки в представляемой информации.	технологии (PowerPoint). Больше 4 ошибок в представляемой информации.	
Ответы на вопросы	Ответы на вопросы полные с приведением примеров.	Ответы на вопросы полные и/или частично полные.	Только ответы на элементарные вопросы.	Нет ответов на вопросы.	
Умение держаться на аудитории, коммуникативные навыки	Свободно держится на аудитории, способен к импровизации, учитывает обратную связь с аудиторией.	Свободно держится на аудитории, поддерживает обратную связь с аудиторией.	Скован, обратная связь с аудиторией затруднена.	Скован, обратная связь с аудиторией отсутствует, не соблюдает нормы речи в простом высказывании.	
Итог					

Практическое (практико-ориентированное) задание

Оценка по номинальной шкале	Характеристики ответа обучающегося
Отлично	Обучающийся самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументированно излагал свое решение, используя профессиональную терминологию.
Хорошо	Обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументированно излагал свое решение, используя профессиональную терминологию.
Удовлетворительно	Обучающийся в основном решил учебно-профессиональную задачу, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение, путаясь в профессиональных понятиях.
Неудовлетворительно	Обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу.

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

6.3.1. Материалы для подготовки к экзамену

Таблица 12

Материалы, необходимые для оценки знаний (примерные теоретические вопросы) к экзамену

№ п/п	Примерные формулировки вопросов	Код компетенций
1.	Массовая культура: содержание понятия. Механизм массовой культуры и ее функции. Виды массовой культуры.	ПК-3
2.	Бестселлер как явление массовой культуры.	ПК-3
3.	Массовая литература как социальное явление. Трактовка понятия «массовая литература» в русском и зарубежном литературоведении.	ПК-3

4.	Функции массовой литературы: группы социальных и психотерапевтических функций.	ПК-3
5.	Институт бестселлера как инструмент эффективного книгораспространения: понятие, основные этапы становления.	ПК-3
6.	Списки бестселлеров как форма учета объемов книжных продаж и дополнительное средство продвижения книги.	ПК-3
7.	Книжные клубы как вспомогательное средство формирования читательского спроса и канал сбыта книжной продукции.	ПК-3
8.	Активная реклама как средство продвижения книги.	ПК-3
9.	Формы презентации книги в социальных сетях.	ПК-3
10.	Институт бестселлера в XXI веке: актуальные и перспективные тенденции.	ПК-3
11.	Специфика формирования института бестселлера в России.	ПК-3
12.	Этапы формирования массовой литературы в России.	ПК-3
13.	Основные тенденции издания художественной литературы в России на современном этапе.	ПК-3
14.	Массовая литература как жанровая парадигма.	ПК-3
15.	Основные признаки «читабельного» произведения.	ПК-3
16.	Особенности чтения литературы популярных жанров. Типология читателей художественной литературы как научная проблема	ПК-3

Таблица 13

**Материалы, необходимые для оценки умений и владений
(примерные темы практико-ориентированных заданий)**

№ п/п	Темы примерных практико ориентированных заданий	Код компетенций
1.	Понятие «массовая литература» относится к многозначным, по-разному трактуемым представителями разных наук. Поясните значение этого термина с точки зрения социологии, культурологи и литературоведения.	ПК-3
2.	В теории маркетинга различаются следующие виды брендов: адаптация бренда, альянсы брендов, горизонтальная диверсификация бренда, зонтичный бренд, лайн-бренд (линия брендов), национальный бренд, упаковка бренда, эго-брендинг (брендинг личности) и др. Приведите примеры разных видов брендов, встречающихся в книжном деле.	ПК-3
3.	Найдите ресурс, на котором представлены ежегодные списки наиболее издаваемых в Российской Федерации авторов. Назовите пять наиболее издаваемых авторов художественной литературы и укажите количество названий изданных произведений и их совокупный тираж.	ПК-3
4.	По приведенным ниже заглавиям произведений массовой литературы, определите их жанровую принадлежность. - Абдулаев Ч. «Почти невероятное убийство». - Арсеньева Е. «Клеймо красоты». - Булычев А. «Сотник из будущего». - Волгин И. «Трех убийств мало». - Глебов М. «Луна цвета стали». - Ерш Н. «Золушка за тридцать». - Ланская М. «В зеркале Венеры». - Латынина Ю. «Здравствуйте, я ваша крыша». - Леонов Н. «Беспредел». - Лукьяненко С. «Звезды – холодные игрушки».	ПК-3

	- Маринина М. «Казнь без злого умысла». - Мельникова В. «Колечко с бирюзой». - Серова М. «Дамский пасьянс». - Сухинов С. «Звездные Волки против звездных Королей». - Углицкая А. «Наследница Асторгрейна».	
5.	В. В. Коростелина в докладе на заседании I научно-практической лаборатории «Изучаем чтение: форматы и практики» сказала: «Согласно «Теории поколений», основные положения которой на протяжении многих лет успешно внедряет в свою работу крупнейшее многопрофильное издательство «Эксмо», эту новую читательскую аудиторию принято называть поколением Z. Именно эта группа читателей представляет наибольший интерес для современных исследований в области книжного рынка: ломает привычные шаблоны взаимодействия «издатель – читатель», с ней не работают прежние подходы по стимуляции потребительского спроса». Какие формы продвижения книжной продукции для поколения Z вы можете предложить?	ПК-3

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

Написание рефератов (эссе, творческих заданий) не предусмотрено.

6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы

Курсовая работа по дисциплине учебным планом не предусмотрена.

6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций

6.3.4.1. Планы семинарских занятий

Семинар № 1. Тема «Массовая литература как социальное явление» (2 часа)
(семинар проходит в форме дискуссии)

Вопросы для обсуждения:

1. Формирование массовой культуры как предпосылка широкого распространения массовой литературы.
2. Понятие «массовая литература» в русском и зарубежном литературоведении. Соотношение понятий «массовая литература» и «беллетристика».
3. Ю. М. Лотман о роли массовой литературы. Функции массовой литературы.
4. Основные черты массовой литературы: жесткие жанрово-тематические каноны, эстетические шаблоны, стереотипность и клишированность, упрощение описываемых идей и ценностей, занимательность, актуальность, космополитический характер.
5. «Многоукладность» отечественной литературы конца XX – начала XXI века.

Рекомендуемая литература:

1. Гудков, Л. Литература и общество : введение в социологию литературы / Л. Гудков, Б. Дубин, В. Страда. – Москва : РГГУ, 1998. – 76 с.
2. Кавелти, Дж. Г. Изучение литературных формул / Дж. Г. Кавелти // Новое литературное обозрение. – 1996. – Вып. 22. – С. 33–64.
3. Лотман, Ю. М. Массовая литература как историко-культурная проблема / Ю. М. Лотман // Лотман, Ю. М. Избранные статьи : в 3 тт. Т. 3 / Ю. М. Лотман. – Таллинн, 1993. – С. 380–388.

4. Мельников, Н. Г. Массовая литература / Н. Г. Мельников. – Режим доступа: <http://eressea.hmurr.ru/tavern7/019-0006.shtml.0>. (дата обращения: 23.08.2019).
5. Обухова, О. От перевода к оригиналу (к вопросу о массовой литературе) / О. Обухова. – Режим доступа: <http://www.utoronto.ca/tsq/10/obukhova10.shtml>. (дата обращения: 23.08.2019).
6. Рубанова, Т. Д. Полемические заметки о популярной литературе / Т. Д. Рубанова // Отношение молодежи города Челябинска к чтению и библиотекам : материалы науч.-практ. конф. 27 февр. 2001 г. – Челябинск, 2001. – С. 40–48.
7. Рубанова, Т. Д. Институт бестселлера : феномен формирования, мировые тенденции развития / Т. Д. Рубанова // Чтение. XXI век : коллект. моногр. / науч. ред. – сост. В. Я. Аскарова. – Москва : Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества, 2015. – С. 221–246.
8. Саморуков, И. И. К проблеме разграничения «массовой» и «высокой» литературы : знаки канона в российской массовой литературе / И. И. Саморуков // Вестник Самарского гос. университета. – 2006. – №1 (41). – С. 101–109. или: <http://vestnik.ssu.samara.ru/gum/2006web1/litr/0701.pdf> (дата обращения: 23.08.2019).
9. Тартаковская, И. Н. Феномен бестселлера и массовая культура : обзор исследований по социологии чтения / И. Н. Тартаковская // Социолог. журнал. – 1994. – № 1. – С. 176–182.
10. Ульянов, А. Массовая литература, как товар семейства Собакиных / А. Ульянов. Режим доступа: http://proza.com.ua/culture/massovaja_literatura_kak_tovar_s.shtml. (дата обращения: 23.08.2019).
11. Фёдорова, Ж. В. Массовая литература в России : художественный и социальный аспекты / Ж. В. Фёдорова. Режим доступа: <http://www.ksu.ru/fil/kn2/index.php?sod=41>. (дата обращения: 23.08.2019).
12. Хализев, В. Е. Теория литературы / В. Е. Хализев. – Москва : Высш. шк., 1999. – 234 с.
13. Черняк, М. А. Массовая литература XX века : учеб. пособие для ст.-тов, аспирантов, преподавателей-филологов / М. А. Черняк. – Москва : Флинта ; Наука, 2007. – 429 с.

Семинар № 2. Тема «Мода как инструмент стимулирования читательской деятельности»
(семинар проходит в форме дискуссии)

Вопросы для обсуждения:

1. Читательская мода как социально-психологическое явление.
2. Читательская мода в социокультурной динамике.
3. Возможности регулятивного воздействия на читательскую моду.
 - 3.1. Использование неинституциональных механизмов регуляции поведения с целью формирования и распространения читательской моды.
 - 3.2. Возможности институционального влияния на моду в чтении.

Рекомендуемая литература:

1. Аскарова, В. Я. Возможности институционального влияния на моду в чтении / В. Я. Аскарова, Ю. Ю. Матвеева // Мода в книжной культуре: границы дозволенного : сб. науч. ст. – Челябинск, 2010. – С. 35–63.
2. Аскарова, В. Я. Многообразие проявлений феномена моды в чтении : эволюция представлений и научных подходов / В. Я. Аскарова // Чтение. XXI век : кол. моногр. – Челябинск, 2014. – С. 124–144.
3. Аскарова, В. Я. Мода в чтении : постижение смысла всестороннего исследования / В. Я. Аскарова // Мода в книжной культуре : границы дозволенного : сб. науч. ст. / Челяб. гос. академия культуры и искусств. – Челябинск, 2010. – С. 5–32.
4. Аскарова, В. Я. Читательская мода : 20 лет спустя / В. Я. Аскарова // Национальная программа продвижения чтения : уральский вариант : материалы / Челяб. гос. академия культуры и искусства. – Челябинск, 2007. – С. 186–206.

5. Аскарова, В. Я. Читательская мода как социально-психологическое явление : (лекция по курсам «Читателеведение» и «Социология и психология чтения») / В. Я. Аскарова; Челяб. гос. акад. культуры и искусств. – Челябинск, 2007. – 37 с.
6. Аскарова, В. Я. Чтение молодежи : от моды – к жизненной стратегии / В. Я. Аскарова // Поддержка и развитие чтения : тенденции и проблемы : (по итогам пяти лет реализации Национальной программы поддержки и развития чтения в России) : сб. статей. – Москва : Межрегион. центр библиотечного сотрудничества, 2011. – С. 56–66.
7. Борисова, О. О. Рекламно-информационные технологии библиотечной деятельности : учеб.-практ. пособие / О. О. Борисова ; Орловский государственный институт культуры и искусств. – Санкт-Петербург : Профессия, 2006. – 320 с.
8. Васильева, Ж. В. Этнические традиции в моде и культура модерна второй половины XX века / Ж. В. Васильева // Обсерватория культуры : журнал-обозрение. – 2007. – № 4. – С. 60–65.
9. Гофман, А. Б. Мода и люди : новая теория моды и модного поведения / А. Б. Гофман – Москва : Наука, 1994. – 158 с.
10. Дубин, Б. В. Интеллектуальные группы и символические формы : очерки социологии современной культуры / Б. В. Дубин – Москва : Новое изд-во, 2004. – 349 с.
11. Дубин, Б. В. Слово – письмо – литература : очерки по социологии современной культуры / Б. В. Дубин – М. : Новое литературное обозрение, 2001. – 416 с.
12. Парыгин, Б. Д. Анатомия общения / Б. Д. Парыгин. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 1999. – 200 с.
13. Рубанова, Т. Д. Институт бестселлера : феномен формирования, мировые тенденции развития // Чтение. XXI век : коллект. моногр. / науч. ред. – сост. В. Я. Аскарова. – Москва : Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества, 2015. – С. 221–246.
14. Рубанова, Т. Д. Книжные лайфхаки / Т. Д. Рубанова // Книжная культура региона : исторический опыт и современная практика : материалы V Всерос. науч. конф. (с междунар. участием) науч. конф. (Челябинск, 15–16 ноября 2018 г.) / Челяб. гос. ин-т культуры ; редкол. : В. Я. Рушанин (предс.), Н. О. Александрова, Т. Д. Рубанова. – Челябинск : ЧГИК, 2018. – С. 190–197.
15. Рубанова, Т. Д. Рейтинги книг : виды, назначение, технология / Т. Д. Рубанова // От Года литературы – к веку чтения : коллектив. моногр. / [науч. ред.-сост. В. Я. Аскарова]. – Москва : Межрег. центр библиотечного сотрудничества, 2016. – С. 277–293.
16. Рубанова, Т. Д. Фанбук как новый формат взаимодействия автора и читателя / Т. Д. Рубанова // Третий Международный интеллектуальный форум «Чтение на евразийском перекрестке» (Челябинск, 24–25 сентября 2015 г.) : материалы форума / М-во культуры Российской Федерации, М-во культуры Челяб. обл., Рос. библиот. ассоциация, Челяб. гос. акад. культуры и искусств; ред.-сост. В. Я. Аскарова. – Челябинск : ЧГАКИ, 2015. – С. 124–129.
17. Рубанова, Т. Д. Формирование института бестселлера в контексте массовой культуры / Т. Д. Рубанова // Вестн. Челяб. гос. акад. культуры и искусств. – 2012. – № 2. – С. 18–20.
18. Стельмах, В. Д. Трансформация мифа / В. Д. Стельмах // Читающая Россия : мифы и реальность. – Москва, 1996. – С. 37–43.

Семинар № 3. Тема «Бренды в книжном деле России»

Вопросы для обсуждения:

1. Роль брендов в книжном деле.
2. Книжные серии как бренды в издательском деле России в 2000-е гг.
3. Автор как бренд. Успешные коммерческие проекты отечественного книжного рынка XXI века (проект Г. Чхартишвили «Б. Акунин»; издание и экранизация «Дозоров» С. Лукьяненко, Д. Глуховский «Метро 2033» и «Черновик»; феномен Гарри Поттера Дж. Роулинг и т.д.). Приемы, используемые издательствами для продвижения книг на рынке.

Рекомендуемая литература:

1. Акунин, Борис. – Режим доступа : <http://lit-terra.ru/>. (дата обращения: 23.08.2019).
2. Акунин, Борис. – Режим доступа : <http://www.akunin.ru/knigi/fandorin/erast>. (23.08.2019).
3. Акунин, Борис. – Режим доступа : <http://x-libris.net/>. (дата обращения: 23.08.2019).
4. Бродский, В. Серийные убийцы / В. Бродский, А. Старобинец. – Режим доступа : <http://www.sostav.ru/articles/2005/06/28/mark280605-2/>. (дата обращения: 23.08.2019).
5. Донцова, Дарья. – Режим доступа : <http://www.dariadoncova.by.ru>. (дата обращения: 23.08.2019).
6. Ильницкий, А. Книгоиздание в современной России / А. Ильницкий. – Режим доступа : <http://www.liberal.ru/article.asp>. (дата обращения: 23.08.2019).
7. Лукьяненко, Сергей Васильевич. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>; <http://www.lukianenko.ru/rus/>. (дата обращения: 23.08.2019).
8. Рубанова, Т. Д. Авторский фанбук на книжном рынке России / Т. Д. Рубанова // Труды ГПНТБ СО РАН / Гос. публич. науч.-техн. б-ка Сиб. отд-ния Рос. акад. наук ; отв. ред. А. Е. Гуськов. – Новосибирск : ГПНТБ СО РАН, 2016. – Вып. 10. Теория и практика научных исследований в библиотеках : материалы межрегион. науч.-практ. конф. (Абакан, 21–25 сент. 2015 г.) / отв. ред.: Е. Б. Артемьева, О. Л. Лаврик. – 396–403.
9. Сид, И. И кофе, и автомобиль, и писатель нуждаются в бренд-стратегиях / И. Сид. – Режим доступа : <http://www.soob.ru/n/2004/6/subject/5>. (дата обращения: 23.08.2019).
10. METRO 2033 . – Режим доступа : <http://www.m-e-t-r-o.ru/>. (дата обращения: 23.08.2019).
11. Вселенная METRO 2033 : портал серии книг. – Режим доступа : <http://www.metro2033.ru/index.php>. (дата обращения: 23.08.2019).

Семинар № 4. Тема «Продвижение книг в социальных сетях»
(семинар проходит в форме дискуссии)

Вопросы для обсуждения:

1. Российская аудитория социальных сетей.
2. SMM книжного бизнеса: специфика, цели, задачи, замеры эффективности.
3. Виды площадок, на которых проводятся SMM-мероприятия для книг, их специфика.
4. Книжный SMM: эффективность, проблемы и перспективы.

Рекомендуемая литература:

1. Андриянова, А. А. Книжные социальные сети как инструмент продвижения издательств / А. А. Андриянова // Книжное дело : достижения, проблемы, перспективы : сб. материалов VI Междунар. науч.-практ. интернет-конф. – Екатеринбург : УрФУ, 2017. – С. 13–19. URL: <http://hdl.handle.net/10995/56355> (дата обращения: 23.08.2019).
2. Зимина, Л. В. Социальные практики культурного взаимодействия на примере блогсообществ в книжном деле // Вестн. МГУП. 2011. № 3. С. 44–52
3. Крылова, Е. В. Социальные сети книжной тематики как особая коммуникационная среда для субъектов книжного рынка / Е. В. Крылова // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2013. – Т. 201. – С. 131–140.
4. Кучин, Е. В. Интернет-продвижение книг : возможности SMM / Е. В. Кучин, В. И. Тинякова // [Экономика и управление : анализ тенденций и перспектив развития](#). – 2012. – № 2-1. – С. 61-65. – Режим доступа: [elibrary_20411322_58262612.pdf](http://elibrary.ru/20411322_58262612.pdf) (дата обращения: 23.08.2019).
5. Лизунова, И. В. Российская книжная индустрия : интерактив в виртуальном пространстве / И. В. Лизунова // Гуманитарные науки в Сибири. – 2015. – № 4. – С. 27–30.
6. Матвеева, И. Ю. [Читать подано! Социальные сети в поддержку и продвижение чтения](#) / И. Ю. Матвеева // Вестник Челяб. гос. академии культуры и искусств. – 2010. – № 3. – С. 25–31.

7. Новые форматы коммуникации с читателями // Кн. индустрия. – 2015. – № 6. – С. 20–26.
8. Рубанова, Т. Д. Инстаграм как площадка для читательского самовыражения / Т. Д. Рубанова // Вестник КазГУКИ. – 2020. – № 3. – С. 45–48.
9. Рубанова, Т. Д. Книжные паблики в Инстаграм / Т. Д. Рубанова // Библиосфера. 2020. № 1. С. 39–45.
10. Рубанова, Т. Д. Поддержка чтения в пространстве книжных социальных сетей \ Т. Д. Рубанова // Вестник культуры и искусств. – 2018. – № 3. – С. 45–53.
11. Рубанова, Т. Д. Читательские книжные клубы как коммуникационная площадка / Т. Д. Рубанова // Библиография и книговедение. – 2018. – № 3. – С. 85–93.
12. Технологии нового поколения : продвижения книг в Интернете // Книжная индустрия. – 2016. – № 2. – С. 50–53.
13. Чушкина, С. Е. Тематические сообщества в социальных медиа как инструмент повышения читательской культуры / С. Е. Чушкина // Вестник Башкирского университета. – 2014. – № 2. – С. 596–599.

Семинар № 5. Тема «Экранизации книг как средство формирования читательской моды» (семинар проходит в форме дискуссии)

Вопросы для обсуждения:

1. Медийная конвергенция в издательском деле.
2. Виды экранизаций.
3. Буктрейлеры в системе рекламно-маркетинговых коммуникаций книжного дела.

Рекомендуемая литература:

1. Зими́на, Л. В. Культурная конвергенция : новые медиа и издательский бизнес / Л. В. Зими́на. // Вестник Челябинского гос. ун-та. – 2015. – № 5. – С. 377–383. Режим доступа: [elibrary_23338721_14123666.PDF](#) (дата обращения: 23.08.2019).
2. Зими́на, Л. В. Буктрейлеры в системе рекламно-маркетинговых коммуникаций книжного дела / Л. В. Зими́на // Изв. вузов. Проблемы полиграфии и издательского дела. – 2012. – № 2. – С. 170–179.
3. Зими́на, Л. В. Инструмент блоггинга в издательском деле, или В поисках новых авторов и жанровых форм / Л. В. Зими́на // Изв. вузов. Проблемы полиграфии и издательского дела. – 2008. – № 4. – С. 78–85.
4. Симбирцева, Н. А. Экранизация как визуализированный текст: к постановке проблемы / Н. А. Симбирцева // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. – 2013. – № 3. – С. 148–154.
5. Симонова, С. А. К проблеме соотношения экранизации и литературного первоисточника / С. А. Симонова // Вестник ВГИК. – 2011. – № 10. – С. 134–142.
6. Трушина, Т. Л. Кино и мода : взгляд через экран / Т. Л. Трушина // Вестник гуманитарного университета. – 2017. – № 1. – С. 117–123.
7. Хафизов Д. М. От зрителя – к читателю : экранизация книги как средство формирования читательской моды в молодежной среде / Д. М. Хафизов // Вестник культуры и искусств. – 2017. – № 3. – С. 91 – 98.
8. Цицишвили, Ю. Г. О специфике жанра киноинтерпретации : к уточнению понятия / Ю. Г. Цицишвили // Теоретические и прикладные аспекты современной науки. – 2014. – № 5–2. – С. 175–179.

Семинар № 6. «Актуальные тенденции издания популярной массовой литературы»

Вопросы для обсуждения:

1. Место художественной литературы в общей структуре книгоиздания (по количеству названий, тиражам, в стоимостном выражении).
2. Изменение соотношения отечественной и переводной литературы.

3. Серийность выпуска художественной литературы как актуальный тренд современного книгоиздания.

4. Успешность кроссмедийных проектов, включающих книги, фильмы, аудиокниги, компьютерные игры (анализ одного из проектов – по выбору обучающегося).

5. Профессионализация самиздата.

6. Современные российские логселлеры (по данным Российской книжной палаты за 2010 – 2020 гг.) и снижение удельного веса блокбастеров.

Рекомендуемая литература:

1. [Статистика. Статистические показатели ... года]. – Российская книжная палата : офиц. сайт. – Режим доступа: bookchamber.ru (дата обращения: 23.08.2019).
2. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад / под общ. ред. В.В.Григорьева. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2020. – 100 с.
3. Печатная книга : объем и динамика ключевых индикаторов розничного рынка // Кн. индустрия. – 2021. – Март. – С. 12–19.
4. Ро, Ою Трудности перевода : тенденции, модели, развитие рынка / О. Ро // Кн. индустрия. – 2021. – Апрель. – С. 65–68.
5. Рубанова, Т. Д. Многообразие серий или серийное однообразие / Т. Д. Рубанова // Пятый международный интеллектуальный форум «Чтение на евразийском перекрестке» (Челябинск, 24–25 октября 2019 г.) : материалы форума / науч. ред., сост. В. Я. Аскарова, Ю. В. Гушул; М-во культуры Рос. Федерации, М-во культуры Челяб. обл., Челяб. гос. ин-т культуры, Рос. библиот. ассоц., Юж.-Урал. отд-ние Рус. ассоц. чтения. – Челябинск : ЧГИК, 2019. – С. 128 – 134.
6. Художественная литература для взрослых : динамика продаж, средний ценник и лучшие книги // Кн. индустрия. – 2021. – Апрель. – С. 62–64.

Семинар № 7. Тема «Стратегии успеха в истории литературы» (семинар проходит в форме дискуссии)

Вопросы для обсуждения:

1. Критерии и стратегии литературного и коммерческого успеха.
2. Стратегии успеха в истории мировой литературы (анализ истории литературного успеха П. П. Ершова, Дж. Лондона, К. Дойля. Э. С. Гарднера и др. – по выбору обучающегося).
3. Стратегии литературного / коммерческого успеха (анализ литературного / коммерческого успеха Дж. Роулинг, С. Кинга, С. Ларссона, П. Коэльо; Б. Акунина, В. Пелевина, А. В. Иванова, Д. Глуховского и др. – по выбору обучающегося).

Рекомендуемая литература:

1. Берг, М. Критерии и стратегии литературного успеха / М. Берг // <http://www.mberg.net/usp/>. (дата обращения: 23.08.2019).
2. Дубин, Б. Сюжет поражения (несколько общесоциологических примечаний к теме литературного успеха / Б. Дубин // Новое лит. обозрение. – 1997. – № 25. – С. 112–146.
3. Жвалевский, А. Как стать успешным писателем / А. Жвалевский. – Режим доступа: http://www.ipr.by/ru/seminars/sem2007/seminars_3.html. (дата обращения: 23.08.2019).
4. Киреева, Н. В. Стратегии литературного успеха глазами писателя : Д. Ирвинг и С. Кинг / Н. В. Киреева. – Режим доступа: http://natapa.msk.ru/biblio/sborniki/andreevskie_chteniya/kireeva.htm. (дата обращения: 23.08.2019).
5. Лукьянин, В. Технология успеха / В. Лукьянин // Урал. – 1996. – № 2. – С. 156–168.
6. Рубанова, Т. Д. Авторский фанбук на книжном рынке России / Т. Д. Рубанова // Труды ГПНТБ СО РАН / Гос. публич. науч.-техн. б-ка Сиб. отд-ния Рос. акад. наук ; отв. ред. А. Е. Гуськов. – Новосибирск : ГПНТБ СО РАН, 2016. – Вып. 10. Теория и практика научных исследований в библиотеках : материалы межрегион. науч.-практ. конф. (Абакан, 21–25 сент. 2015 г.) / отв. ред.: Е. Б. Артемьева, О. Л. Лаврик. – 396–403.

7. Струнская, А. Успех и трагедия Джека Лондона : [фрагменты воспоминаний] / А. Струнская. Режим доступа: http://sovremennik.ws/2007/09/29/uspekhn_i_tragedija_dzheka_londona.html. (дата обращения: 23.08.2019).
8. Топоров, В. Формула литературного счастья / В. Топоров. Режим доступа: <http://www.vz.ru/columns/2006/11/8/56206.html>. (дата обращения: 23.08.2019).

6.3.4.2. Задания для практических занятий

Практическое занятие № 1. Тема «Массовая литература: интерпретации понятия».

Цель работы – формирование представлений о массовой литературе и ее месте в современном литературном процессе.

Задание и методика выполнения:

1. Ознакомьтесь с фрагментами из работ ученого-культуролога Ю. М. Лотмана. Ответьте на вопросы: какое место в системе культуры ученый отводит массовой литературе?; как складывается внутренняя классификация современной литературы?

«Распределение внутри литературы сферы «высокого» и «низкого» и взаимное напряжение между этими областями делает литературу не только суммой текстов (произведений), то и *текстом*, единым механизмом, целостным художественным произведением. Постоянство и единообразие этих структурных принципов для литературы различных народов и эпох поистине достойно внимания. Внутренняя классификация литературы складывается из взаимодействия противоположных тенденций... В зависимости от исторических условий, от момента, который переживает дана литература в своем развитии, та или иная тенденция может брать верх. Однако уничтожить противоположную она не в силах: тогда остановилось бы литературное развитие, поскольку механизм его, в частности, состоит в напряжении между этими понятиями».

«Понятие массовой литературы – понятие социологическое. Оно касается не столько структуры того или иного текста, сколько его социального функционирования в общей системе текстов, составляющих данную культуру. Таким образом, понятие «массовой литературы» в первую очередь определяет отношение того или иного коллектива к определенной группе текстов. Массовая литература возникает в обществе, имеющем уже традицию сложной «высокой» культуры нового времени, и на основе этой традиции. Прежде всего массовая литература исходит из представления о том, что графически закреплённый текст – это и есть **все** произведение».

2. Прокомментируйте слова писательницы Т. Толстой: «Литература и беллетристика, подобно евангельским Марии и Марфе, пекутся о разном, но равно нужном Божьей твари; и если Мария грозит Судным днем, то Марфа указывает на ссудную кассу».

3. Прокомментируйте слова критика С. Чуприна: «массовую литературу можно было бы назвать тенью качественной, но тенью люминисцентно яркой, упрощающей и доводящей до крайнего предела, в том числе и карикатурного, все то, что накоплено художественной традицией. Так, просветительские и воспитательные интенции высокой литературы вырождаются здесь в грубую дидактику, коммуникативность – в заигрывание с читателем и в подыгрывание его базовым инстинктам».

4. Ответьте на вопросы:

- По каким признакам можно разграничить понятия «массовая литература» и «беллетристика»?
- Что такое мидл-литература (срединная литература)? Какое место она занимает в современном литературном процессе?

Форма представления результатов – письменная. Итоги выполнения заданий обсуждаются в форме дискуссии.

Практическое занятие № 2. Тема «Списки бестселлеров по версии различных источников»

Цель работы – получить представление о структуре списков бестселлеров по версии разных источников и методике составления списков бестселлеров.

Задание и методика выполнения:

1. По материалам статьи «Составляем список вместе» познакомьтесь с назначением, структурой и технологией создания списка USA Today. Используя материалы лекции, сравните его с традиционными списками бестселлеров, публикуемыми в зарубежной профессиональной периодике.

2. Познакомьтесь с практикой публикации списков бестселлеров в газете «Книжное обозрение».

3. Выявите в сети Интернет различные версии списков бестселлеров (например:

- рейтинг книг на сайте Московского дома книги <http://www.mdk-arbat.ru>;
- лидеры продаж на сайте Торгового дома Библио-глобус <http://www.biblio-globus.ru>;
- рейтинг книг на сайтах различных книжных интернет-магазинов (Озон www.ozon.ru; «Топ-книга» <http://shop.top-kniga.ru>; «Лабиринт» <http://www.labyrinth-shop.ru>);
- рейтинг книг на сайте Рейтинги 7я.ру <http://ratings.7ya.ru/books/>;
- рейтинг авторов и произведений на портале Русская фантастика <http://www.rusf.ru>.

Сопоставьте эти версии с точки зрения:

- полноты охвата текущего книжного репертуара: список составляется по всему книжному контенту или только его части (например, одному литературному жанру, тематическому комплексу);
- хронологического охвата списка (ежедневная обработка данных, данные за неделю, месяц или список включает популярные книги независимо от времени издания);
- технологии создания списка (на основе данных о продажах в одной торговой точке, сети магазинов; на основе выбора читателей-посетителей сайта; другое);
- наличия архива списков.

4. Познакомьтесь со сводным рейтингом бестселлеров по версии сайта Книжный бизнес Online (<http://pro-books.ru/rating>).

5. Выявите по спискам бестселлеров разных версий наиболее продаваемые книги прошедшего полугодия. Сопоставьте результаты.

6. Сделайте аргументированное заключение о состоянии публикации списков наиболее продаваемых книг в России (какая версия списков бестселлеров кажется Вам наиболее авторитетной и почему). Подготовьте предложения о возможности их использования как средства продвижения чтения.

Форма представления результатов – письменная. Итоги выполнения заданий обсуждаются в форме дискуссии.

Рекомендуемая литература:

1. Рейтинг книг. – <http://www.pro-books.ru/rating>. (дата обращения: 23.08.2019).
2. Рубанова, Т. Д. Рейтинг книг : профессиональный инструмент книжного бизнеса, «зеркало времени» или шкала культурных ценностей? / Т. Д. Рубанова // Вестник Казан. гос. ун-та культуры и искусств. – 2012. – № 1. – С. 95–99.
3. Рубанова, Т. Д. Рейтинги книг : виды, назначение, технология / Т. Д. Рубанова // От Года литературы – к веку чтения : коллектив. моногр. / [науч. ред.-сост. В. Я. Аскарова]. – Москва : Межрег. центр библиот. сотрудничества, 2016. – С. 277–293.
4. Составляем список вместе : 150 бестселлеров / пер. Т. Поповой // Новая деловая книга. – 1996. – № 17. – С. 14–15.

Цель работы – изучение видов книжных брендов и специфики их функционирования.

Задание и методика выполнения:

1. Изучите статью С. Л. Коркина «Литературный брендинг».
2. Заполните приведенную ниже таблицу, указав собственные примеры из области книжного дела. Для поисков примеров использовать материалы лекций, рекомендуемой литературы, просмотр сайтов издательств.

<i>Виды брендов</i>	<i>Примеры брендов из книжной отрасли</i>
<i>Адаптация бренда</i>	
<i>Альянсы брендов</i>	
<i>Горизонтальная диверсификация бренда</i>	
<i>Зонтичный бренд</i>	
<i>Индивидуальный бренд</i>	
<i>Лайн-бренд (линия брендов)</i>	
<i>Национальный бренд</i>	
<i>Позиционирование бренда «от противного»</i>	
<i>Упаковка бренда</i>	
<i>Эго-брендинг (брендинг личности)</i>	

Форма представления результатов – письменная. Итоги выполнения заданий обсуждаются в форме дискуссии.

Рекомендуемая литература:

1. Книжные бренды : меняем концепции // Университет. кн. – 2012. – Нояб. – С. 54–57.
2. Коркин, С. Л. Литературный брендинг / С. Л. Коркин. – Режим доступа: <http://www.proza.ru/2004/03/01-77>. – Дата обращения : 25.03.2018.
3. Макашев, М. О. Бренд : учеб. пособие / М. О. Макашев. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – (Проф. учебник : Маркетинг). – 208 с. – Режим доступа: <http://rucont.ru/>. – Дата обращения: 25.03.2018.
4. Маркетинг PR и рекламы : учебник / ред. : И. М. Синяева. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012 . – 496 с. – Режим доступа: <http://rucont.ru/>. – Дата обращения: 25.03.2018.
5. Минько, Э. В. Маркетинг : учеб. пособие для ст-тов вузов, обучающихся по спец-тям 080301 «Коммерция (торговое дело)», 080111 «Маркетинг», 032401 «Реклама» / Э. В. Минько, Н. В. Карпова. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 351 с. – Режим доступа: <http://rucont.ru/>. – Дата обращения: 25.03.2018.
6. РОСМЭН : бренды [[Barbie](#) / [PopPixie](#) / [Даша-путешественница](#) / [Маша и Медведь](#) / [Смурфики](#) / [Союзмультфильм](#) / [Спокойной ночи, малыши!](#) / [Peppa Pig](#) / [Winx Club](#) / [Disney](#) / [Monster High](#) / [Barbie](#)]. – Режим доступа: <http://www.rosman.ru/b/?group=228>. – Режим доступа: 3.02.2018.
7. Русин, В. [«Жанры» – новый бренд издательской группы АСТ](#) / В. Русин. – Режим доступа: <http://fantasts.ru/lenta-sobitiy/zhanri-noviy-brend-izdatelskoy-gruppi-ast>. – Режим доступа: 3.02.2018.

Практическое занятие № 4. Тема «Сайт издающей организации как инструмент продвижения издательской продукции».

Цель работы – получить представление о возможностях сайта издающей организации в продвижении издательской продукции.

Задание и методика выполнения:

1. Выбрать конкретное издательство. Дать его краткую характеристику. Определить и обозначить группы потенциальных целевых аудиторий.
2. Проанализировать сайт издательства. Выявить особенности, положительные стороны и недостатки сайта как инструмента продвижения издательской продукции.
3. Представить предложения по оптимизации работы сайта по продвижению продукции издательства.

Форма представления результатов – письменная.

Практическое занятие № 5. Тема «Сайт предприятия книгораспространения как инструмент продвижения издательской продукции».

Цель работы – получить представление о возможностях сайта книоторгового предприятия в продвижении издательской продукции.

Задание и методика выполнения:

1. Выбрать конкретное предприятие книгораспространения. Дать его краткую характеристику. Определить и обозначить группы потенциальных покупателей.
2. Проанализировать сайт. Выявить особенности, положительные стороны и недостатки сайта как инструмента продвижения издательской продукции и самого предприятия книгораспространения.
3. Представить предложения по оптимизации работы сайта по продвижению книжной продукции.

Форма представления результатов – письменная.

Практическое занятие № 6. Тема «Социальная сеть как инструмент продвижения издательской продукции издающими и книоторговыми предприятиями».

Цель работы – получить представление о возможностях использования социальных сетей издающими и книоторговыми предприятиями для продвижения издательской продукции.

Задание и методика выполнения:

1. Выбрать конкретное издательство и предприятие книгораспространения. Дать его краткую характеристику. Определить и обозначить группы потенциальных целевых аудиторий и покупателей.
2. На сайте издательства (книоторгового предприятия) найти ссылки на его странички в социальных сетях. Ознакомиться с представленным в социальных сетях контентом.
3. Проанализировать присутствие предприятия в социальных сетях. Выявить особенности, положительные стороны и недостатки социальной сети как инструмента продвижения издательской продукции.
4. Представить предложения по оптимизации работы издательства/предприятия книгораспространения по продвижению продукции издательства в социальных сетях.

Форма представления результатов – письменная. Итоги выполнения заданий обсуждаются в форме дискуссии.

Практическое занятие № 7. Тема «Читательские социальные сети как площадка для продвижения издательской продукции».

Цель работы – получить представление о возможностях читательских социальных сетей для продвижения издательской продукции.

Задание и методика выполнения:

1. На примере книжной социальной сети LiveLib ([LiveLib — сайт о книгах, социальная сеть читателей книг](#)) ознакомиться с ее историей, командой, статистическим по-

казателями (число пользователей, количество книг в коллекциях и в базе, количество рецензий и подборок).

2. Проанализировать структуру сайта социальной сети.

3. Выявить и ознакомиться с формами продвижения книг, используемыми на LiveLib и возможностями, которые платформа предоставляет пользователю.

4. Сделать заключение об эффективности и креативности книжной социальной сети LiveLib и представить предложения о возможных формах сотрудничества издательств и книготорговых предприятий с LiveLib по продвижению книжной продукции.

Форма представления результатов – письменная. Итоги выполнения заданий обсуждаются в форме дискуссии.

Практическое занятие № 8. Тема «Подготовка радиообращения для продвижения издательской продукции»

Цель работы – изучение специфики радиообращения как формы продвижения издательской продукции и выработка навыков подготовки радиообращения.

Задание и методика выполнения:

1. Выбрать самостоятельно предмет рекламного обращения (издание, книжная серия, тематическая подборка книг и т.п.).

2. Изучить выбранный предмет, определив основную рекламную идею и уникальность товарного предложения.

3. Определить и обозначить группу потенциальных потребителей.

4. Выбрать и обосновать выбор предприятия книгораспространения для размещения сообщения.

5. Подготовить текст рекламного радиосообщения, обозначив жанр, определить его оптимальный и возможный объемы.

Форма представления результатов – выступление с подготовленным радиосообщением в учебной аудитории. Итоги выполнения задания обсуждаются в форме дискуссии.

Практическое занятие № 9. Тема «Подготовка макета листовки по продвижению нового издания»

Цель работы – изучение специфики листовки как формы продвижения издательской продукции и выработка навыков подготовки макета листовки.

Задание и методика выполнения:

1. Выбрать одно из литературно-художественных изданий текущего года выпуска.

2. Определить цель рекламной листовки (ознакомить читателя с новинкой известного автора, вывод на рынок новой книжной серии и т.п.).

3. Определить аудиторию листовки, возможность ее доведения до потребителей.

4. Составить текст листовки.

5. Определить способ изготовления, тираж, объем, формат, приблизительные затраты на изготовление и распространение.

Форма представления результатов – текст и макет листовки. Итоги выполнения задания обсуждаются в форме дискуссии.

Практическое занятие № 10. Тема «Буктрейлеры: анализ рекламного потенциала»

Цель работы – изучение рекламного потенциала буктрейлеров.

Задание и методика выполнения:

1. Провести в сети Интернет поиск буктрейлеров. Рекомендуются в качестве источника поиска использовать сайты издательства ЭКСМО (Буктрейлеры. – <http://www.eksmo.ru/media/book/>), Всероссийского конкурса буктрейлеров

(<http://booktrailers.ru/about/>). Хороший подбор буктрейлеров представлен в различных конкурсах (конкурс VideoBooks, Всероссийский конкурс буктрейлеров «Смотри книгу!»), сайтах и блогах библиотек (например, на сайте Чтение XXI – <http://chtenie-21.ru/publications/booktrailer>). Просмотрите выявленные буктрейлеры, отберите наиболее понравившиеся.

2. Подготовьте обзор составленной подборки буктрейлеров, обращая внимание на целевую группу, мотивы создания буктрейлера, его сюжет, видеоряд, озвучание).

3. Сформулируйте идеи о возможности использования буктрейлеров и практике книгораспространения.

Рекомендуемая литература:

1. Буктрейлеры. – <http://chtenie-21.ru/publications/booktrailer>
2. Вселенная Метро 2033 // <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
3. Кочеткова, Н. Не мешайте мне читать : рекламные ролики книг навязывают нам чужие фантазии. Режим доступа: <http://wictoria.ru/post/332/freetime-ne-meshajte-mne-chitaty>. – Дата обращения: 3.02.2018.
4. Кузьмичев, И. Буктрейлеры дают шанс бумажным вариантам. Режим доступа: <http://www.firstnews.ru/news/culture/Buktreylery-dayut-shans-bumazhnym-varian/>. – Дата обращения: 3.02.2018.
5. Оборин, Л. Буктрейлеры месяца : нужно действовать // OpenSpace : Электронный журнал. 2011. 3 окт. – Дата обращения: 3.02.2018.
6. Оборин, Л. Скоро на полках! // OpenSpace : электронный журнал. 2010. 15 сент. – Дата обращения: 3.02.2018.
7. Плохотник, Т. М. Новое блюдо библиотечной кухни : буктрейлер подан / Т. М. Плохотник // Библ. Дѣло. – 2012. – № 6. – С. 20–22.
8. Сидорова, А. Г. Буктрейлеры в России : к вопросу о новых технологиях рекламы книг / А. Г. Сидорова. Режим доступа: <http://www.slideshare.net/megasdrw/book-trailers-in-russia>
9. Соколова, Н. «Это ваше шоу!» : массовые креативные практики в трансмедийных проектах / Н. Соколова // Digital Icons. – 2011. – Вып. 6. – Режим доступа : <http://www.digitalicons.org/issue06/ru/natalia-sokolova/>. – Дата обращения: 3.02.2018.
10. Щербинина, Ю. Смотреть нельзя читать : буктрейлерство как издательская стратегия в современной России / Ю. Щербинина // Вопросы литературы. – 2012. – № 3. – С.146-165. – Режим доступа: <http://www.intelros.ru/readroom/voprosy-literatury/voprosy-literatury-2012-3/14561-smotret-nelzya-chitat.html>. – Дата обращения: 3.02.2018.

Практическое занятие № 11. Тема «Признаки читабельного произведения»

Цель работы – формирование представлений о признаках читабельного произведения.

Задание и методика выполнения:

Напишите эссе об основных признаках читабельного произведения, используя приведенные ниже литературоведческие и издательские термины.

Бестселлер – книжное издание, выпущенное массовым тиражом, предназначенное для широких кругов читателей и пользующееся наибольшим спросом (ГОСТ Р 7.0.60–2020. Издания. Основные виды. Термины и определения).

Горизонт ожидания читателя – термин рецептивной эстетики, характеризующий отношения автора и читателя. Это совокупность эстетических, социально-политических, психологических и прочих представлений о мире, определяющих отношение автора и его произведения к обществу и разным группам читательской аудитории, а также отношение читателя к произведению, его восприятие произведения (термин введен Х. Р. Яуссом). Новый текст вызывает в читателе знакомый по прежним текстам горизонт ожидания, который варьируется и видоизменяется.

Маргинальность – периферийность, пограничность какого-либо явления социальной жизнедеятельности человека по отношению к доминирующей тенденции своего времени или общепринятой философской или этической традиции.

Серийность – один из принципов существования массовой литературы, рассчитанной на коммерческий успех. Наличие постоянного серийного героя / героев является залогом читательского интереса.

Серия – сериальное издание, включающее совокупность томов, объединенных общностью замысла, тематики, целевым или читательским назначением, выходящих под общим серийным заглавием и в однотипном оформлении (ГОСТ Р 7.0.60–2020. Издания. Основные виды. Термины и определения).

Тираж издания – количественный показатель издательской продукции, исчисляемый в экземплярах (ГОСТ Р 7.0.3–2006. Издания. Основные элементы. Термины и определения).

Тривиальность – банальность, отсутствие в литературном произведении оригинального сюжета, героя, темы и т.д.

Эпигонство – нетворческое следование традиционным образцам, повторение и эклектическое варьирование хорошо известных тем, сюжетов, мотивов, образов.

Эскапизм – уход от действительности в мир грез, сказки, мечты, характерный для читателей массовой литературы.

Форма представления результатов – письменная. Итоги выполнения заданий обсуждаются в форме дискуссии.

Практическое задание № 12. Тема «Популярная массовая литература на сайтах издательств».

Цель работы – получить представление о том, какого рода информацию о популярной массовой литературе предоставляют сайты издательств.

Задание и методика выполнения:

1. На сайте Российской книжной палаты <http://www.bookchamber.ru/> (раздел «Статистика») ознакомьтесь со статистическими показателями за 2020 год. Обратите внимание на раздел 9.1. «50 издательств, выпустивших наибольшее количество непериодических изданий». Определите издательства, в репертуаре которых широко представлена художественная литература. Дальнейшая работа выполняется по сайтам трех издательств, включенных в список лидеров (по выбору обучающегося).

2. В любой поисковой системе («yandex», «google» или др.) найдите адреса сайтов издательств.

3. Ознакомьтесь с сайтами. Внимательно изучите представленные на сайте сведения о профиле издательства, о месте популярной художественной литературы в репертуаре издательства. Ознакомьтесь со структурой сайта. Обратите внимание на то, как на сайте представлены популярные серии, отдельные издательские проекты, подборки, отдельные книги (сопровождается ли информация о новых книгах макетом обложки, приводится ли аннотация и насколько она удачна, есть ли отзывы прессы на новые книги, указана ли рекомендуемая цена, предусмотрена ли возможность заказа книги через интернет-магазин и т.д.). Размещены ли на сайте дополнительные ссылки на странички издательства с социальных сетей. Сделайте для памяти необходимые записи.

4. Проанализируйте представленные на сайте издательства ресурсы с точки зрения: состава и полезности информации, качества издательских аннотаций, простоты и удобства навигации по сайту, оперативности обновления данных, оформления сайта. Сделайте аргументированное заключение о том, насколько полно, качественно и креативно представлена на сайте популярная художественная литература.

Форма представления результатов – письменная.

Практическое задание № 13. Тема «Литературный проект

«Борис Акунин»: развитие и контекст»

Цель работы – на примере анализа книжных проектов Б. Акунина («Квест», «Жанры», «Авторы») получить представление об успешных издательских стратегиях.

Задание и методика выполнения:

1. В поисковой системе («yandex», «google» или др.) найдите в Интернете информацию о проекте Б. Акунина «Жанры» (список книг, вышедших в проекте – см. в приложении 2). Обратите внимание, как сам писатель объясняет замысел проекта. Найдите сведения о тех книгах, которые уже изданы в рамках проекта. Познакомьтесь с оценкой книг в средствах массовой информации, литературной критике.

Список книг, входящих в проекты Б. Акунина «Жанры» и «Авторы»

Проект «Жанры»

- [Детская книга](#)
- [Детская книга](#) [= Детская книга для мальчиков] (2005)
- [Детская книга](#) [= Детская книга для девочек] (2012)
- [Шпионский роман](#) (2005)
- [Фантастика](#) (2005)
- [Квест](#) (2008) [роман – компьютерная игра]

Проект «Авторы»

- [Проект «Анатолий Брусникин»](#)
- [Девятный Спас](#) (2007) [п.п. Анатолий Брусникин]
- [Герой иного времени](#) (2010) [п.п. Анатолий Брусникин]
- [Беллона](#) (2012) [п.п. Анатолий Брусникин]
- [Проект «Анна Борисова»](#)
- [Там...](#) (2008) [п.п. Анна Борисова]
- [Креативщик](#) (2009) [п.п. Анна Борисова]
- [Vremena goda](#) (2011) [п.п. Анна Борисова]

2. Проанализируйте экспериментальный проект Б. Акунина «Квест» – первый в отечественной практике унибук («универсальная книга»), совмещающий разнообразные возможности традиционного текста и компьютерной игры. Обратите внимание на то, чем отличаются традиционное издание романа в бумажном варианте и его электронная версия. Изучите отклики на проект в СМИ (см. ссылки по адресу: <http://x-libris.net/>). Выскажите свое мнение о проекте: насколько он оригинален и интересен; какие достоинства и недостатки имеют электронная и бумажная версии романа.

3. Познакомьтесь с концепцией нового проекта Б. Акунина «Авторы» (список книг, вышедших в проекте – см. в приложении 2). Как можно объяснить с точки зрения издательской стратегии появление подобного проекта? Как его объясняет сам автор. Выскажите свое мнение.

4. Оформите письменное заключение по теме.

Форма представления результатов – письменная. Итоги выполнения заданий обсуждаются в форме дискуссии.

Рекомендуемая литература:

1. Акунин, Борис. Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>; <http://lit-terra.ru/>; <http://www.akunin.ru/knigi/fandorin/erast>; <http://x-libris.net/>. – Дата обращения: 3.02.2018.
2. Анна Борисова = Борис Акунин. Режим доступа: <http://www.livejournal.ru/themes/id/43635>. – Дата обращения: 3.02.2018.
3. Любовь к истории : блог Бориса Акунина. Режим доступа: <http://borisakunin.livejournal.com/>. – Дата обращения: 3.02.2018.
4. Новый уникальный проект Бориса Акунина «Квест». Режим доступа: <http://elkniga.ru/akunin/descr.html>. – Дата обращения: 3.02.2018.

5. Проект Бориса Акунина «Квест». – Режим доступа: <http://x-libris.net/>. – Дата обращения: 3.02.2018.
6. Сенчин, Р. Раб успеха / Р. Сенчин // Лит. Россия. – 2012. – 20 янв. – Режим доступа : <http://www.litrossia.ru/2012/02-03/06745.html>. – Дата обращения: 3.02.2018.
7. Топоров, В. Литературные андроиды / Виктор Топоров. Режим доступа: <http://seance.ru/n/23-24/perekrestok-vremya-proekta/literaturnyye-androidyi/>. – Дата обращения: 3.02.2018.
8. Черняк, М. А. Проект Б. Акунина «Жанры» как этап в развитии современной беллетристики / М. А. Черняк // Черняк, М. А. Массовая литература XX века : учеб. пособие для ст-тов, аспирантов, преподавателей–филологов / М. А. Черняк. – Москва, 2007. – С. 190–203.

Практическое занятие № 14. Тема «Типологические черты современного любовного романа».

Цель работы – углубить представление о типологических чертах свороемного любовного романа.

Задание и методика выполнения:

1. Как связан русский любовный роман и волшебная сказка? Аргументируйте ответ примером из любого известного вам текста.

2. Мнение какого литературоведа Вам ближе? Обоснуйте свою точку зрения, ссылаясь на известные вам тексты жанра любовный роман:

– «Обращает на себя внимание, что с середины 1990-х гг. интерес широких читательских групп от «крутых» боевиков и супергероев постепенно переходит к любовному или семейно-психологическому роману с авантюрно-криминальной сюжетикой, а от него – к ироническому детективу. Можно сказать, от фрустрации – к желанию успокоения и более стабильной, воспроизводимой, предсказуемой картины мира (отсюда и тема семьи вместо прежнего героя – волка-одиночки)» (Дубин Б. Литературная культура сегодня // Знамя. 2002. № 12).

– «Не всякая литература есть абсолютная нетленка. Многие тексты подобны камешкам на дне ручья: в воде они ярки и приманчивы, но стоит их вынуть и дать обсохнуть – превращаются в белесые грубые голыши. Любовный сюжет – особенно нежная начинка: без омывающей влаги тут же заветривается и засахаривается» (Славникова О. Rendez-vous в конце миллениума // Новый мир. 2002. № 2).

3. Как трансформировался жанр западного «розового» романа на российской почве? Обоснуйте свой ответ. Приведите пример,

4. Какими характеристиками любовного романа руководствовались авторы слогана «Отправь голову в отпуск», размещенного в издательской рекламе серии дамских романов?

Форма представления результатов – письменная. Итоги выполнения заданий обсуждаются в форме дискуссии.

Практическое занятие № 15. Тема «Новые книжные серии на отечественном рынке литературы по фантастике: анализ концептуальных подходов» (по сериям «Этногенез» и «Вселенная МЕТРО 2033»)

Цель работы – анализ концептуальных подходов к формированию новых книжных серий на отечественном рынке литературы по фантастике.

Задание и методика выполнения:

1. Изучите рекомендованную литературу и проведите самостоятельный поиск информации по теме, обратив особое внимание на портал «Вселенная Метро 2033» (<http://www.m-e-t-r-o.ru>) и сайт «Этногенез: литературный сериал» (<http://www.etnogenez.ru>). По выявленным источникам заполните приведенную ниже таблицу.

Параметры сравнения	Серия «Этногенез»	Серия «Вселенная МЕТРО 2033»
Издательство		
Годы реализации проекта		
Автор проекта		
Концепция проекта		
Количество книг в серии		
Целевая аудитория		
Особенности издательского оформления		
Стартовый тираж первой книги серии		
Суммарный тираж книг, вышедших в серии		
Медиасопровождение		
Публикации, посвященные проекту (библиографическое описание)		

2. Познакомьтесь с квалификационными признаками бренда в книжной индустрии (по версии О. Вишнякова). Подготовьте в письменном виде аргументированное заключение о том, являются ли книжные серии «Этногенез» и «Вселенная МЕТРО 2033» брендами.

Квалификационные признаки бренда в книжной индустрии
(по версии О. Вишнякова)

Квалификационные признаки бренда	Показатели
Уровень осведомленности целевой аудитории	не менее 42,5 %
Стартовый тираж каждой новой книги	не менее 27 тыс. экз.
Суммарный реализованный тираж	не менее 550 тыс. экз.
Стоимость прав	не менее 2,5 млн. руб.
Стоимость программы продвижения	не менее 1,3 млн. руб.

Форма представления результатов – письменная. Итоги выполнения заданий обсуждаются в форме дискуссии.

Рекомендуемая литература:

1. «Маруся» захватывает мир. – Режим доступа: <http://www.vz.ru/culture/2009/6/4/293753.html>. – Режим доступа: 3.02.2018.
2. «Не бренд, а мир!» : Беседа с Дмитрием Глуховским // Мир фантастики. – 2010. – № 4. – С. 12–15. – Режим доступа: mirf.ru/Articles/print4016.html. – Режим доступа: 3.02.2018.
3. Авторы "Этногенеза" создали игру Война.ру. – Режим доступа: <https://dni.ru/tech/2012/12/5/244740.html>. - Дата обращения: 3.02.2018.
4. Брендинг в книгоиздании : концепт, инвестиции, востребованность рынком : [материалы круглого стола] // Кн. индустрия. – 2012. – № 4. – С. 10–18.
5. Вишняков, О. Знак качества и 30 «уголков Disney» / О. Вишняков // Кн. индустрия. – 2012. – № 4. – С. 12–13.
6. Вселенная Метро 2033. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>. – Дата обращения: 3.02.2018.
7. Контакт : интервью с авторами кн. серии «Вселенная Метро 2033» Ш. Врочек, А. Дьяков, С. Цормундян // Мир фантастики. – 2010. – № 9. – С. 14–17. – Режим доступа : <http://www.mirf.ru/Articles/art4239.htm>. – Дата обращения: 3.02.2018.

8. Портал «Вселенная Метро 2033». Режим доступа: <http://www.m-e-t-r-o.ru>. – Дата обращения: 3.02.2018.
9. Проект Дмитрия Глуховского «Вселенная Метро 2033». – Режим доступа: <http://nnm.ru/blogs/dmitriyon/proekt-dmitriya-gluhovskogo-vselennaya-metro-2033-antologiya-2010-2011-rtf-fb2/>. – Дата обращения: 3.02.2018.
10. Рубанова, Т. Д. Издательские серии фантастики как продюсерский проект / Т. Д. Рубанова // Детская книга : мир фантастики : материалы VII Всерос. науч.-практ. конф., Нижний Тагил, 15 мая 2014 г. / отв. ред. А. Н. Садриева ; Нижнетагил. гос. социально-педагог. ин-т. – Нижний Тагил, 2015. – С. 81–85.
11. Сериалу "Этногенез" исполнилось три года. – Режим доступа: <http://www.dni.ru/culture/2012/4/23/232100.html>. – Дата обращения: 3.02.2018.
12. Шишкин, В. Миры Метро 2033 // Мир фантастики. – 2010. – № 4. – С. 118–121.
13. Этногенез : (литературный проект). – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>. – Дата обращения: 3.02.2018.
14. Этногенез : литературный сериал. – Режим доступа: <http://www.etnogenez.ru>. – Дата обращения: 3.02.2018.

Практическое занятие № 16. Тема «Мотивы чтения и структура жанрово-тематических предпочтений современных россиян»

Цель работы – изучение структуры жанрово-тематических предпочтений современных россиян и мотивов обращения к чтению.

Задание и методика выполнения:

1. На основании изучения итогов социологических исследований чтения россиян (см. список рекомендуемой литературы) выявить и проанализировать жанрово-тематические предпочтения и мотивы обращения к чтению современных россиян.
2. Провести мини-исследование на тему «Что сегодня читают?» (опросить не менее 10 человек).
3. Составить аналитическую записку по итогам своего мини-исследования, сопоставляя тенденции, выявленные в ходе всероссийских, региональных и локальных исследований чтения.

Форма представления результатов – письменная.

Рекомендуемая литература:

1. Волкова, В. Н. Чтение в первом десятилетии XXI века : региональные аспекты : (по материалам сибирских исследований) / В. Н. Волкова // Книга : исследования и материалы. – Вып. 96-97. – Москва, 2012. – С. 5–19.
2. Воропаев, А. Н. Электронное чтение в России : опыт исследования / А. Н. Воропаев // Университет. кн. – 2012. – № 1. – С. 36–42.
3. Дубин, Б. В. Чтение в России – 2008 : тенденции и проблемы / Б. В. Дубин, Н. А. Зоркая. – Москва : Межрегион. центр библиотеч. сотрудничества, 2008. – 80 с.
4. Рубанова, Т. Д. Полемические заметки о популярной литературе / Т. Д. Рубанова // Отношение молодежи города Челябинска к чтению и библиотекам: Материалы науч.-практ. конф. 27 февр. 2001 г. – Челябинск, 2001. – С. 40 – 48.
5. Серебряная, М. Я. Типология чтения и читателей художественной литературы : науч.-практ. пособие / М. Я. Серебряная, Г. Н. Швецова-Водка. – Москва : Литера, 2014. – 304 с.
6. Стефановская, Н. А. Читательская аудитория XX века / Н. А. Стефановская // Чтение. XXI век : кол. моногр. – Челябинск, 2014. – С. 95–107.

6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий

Мелкогрупповые/индивидуальные занятия по дисциплине учебным планом не предусмотрены.

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

Контрольная работа в учебном процессе не используется.

6.3.4.5. Тестовые задания (примеры из разных вариантов)

Тестовые задания включены в фонд оценочных средств. Используются тестовые задания в форме выбор одного, двух и более правильных ответов из предложенных, установление соответствия (последовательности), кейс-задания.

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

1. Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в соответствии с локальными актами вуза.

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине отражены в 4 разделе «Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий».

Анализ и мониторинг промежуточной аттестации отражен в сборнике статистических материалов: «Итоги зимней (летней) зачетно-экзаменационной сессии».

2. Для подготовки к промежуточной аттестации рекомендуется пользоваться фондом оценочных средств:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы (см. п. 6.1);
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (см. п. 6.2);
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (см. п. 6.3).

3. Требования к прохождению промежуточной аттестации экзамен. Обучающийся должен:

- принимать участие в семинарских занятиях;
- своевременно и качественно выполнять практические работы;
- своевременно выполнять самостоятельные задания;

4. Во время промежуточной аттестации используются:

- бланки билетов (установленного образца);
- список теоретических вопросов и база практических заданий, выносимых на экзамен;
- описание шкал оценивания;
- справочные, методические и иные материалы.

5. Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья фонды оценочных средств адаптированы за счет использования специализированного оборудования для инклюзивного обучения. Форма проведения текущей и итоговой аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования

и т. п.). При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ¹

7.1. Основная литература

1. Купина, Н.А. Массовая литература сегодня : учеб. пособие / М.А. Литовская, Н.А. Николина; Н.А. Купина . – 3-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2016 . – 425 с. – URL: <https://rucont.ru/efd/244388> (дата обращения: 18.07.2021).
2. Черняк, М. А. Массовая литература XX века : учеб. пособие / М. А. Черняк . – 4-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2013 . – 430 с. – URL: <https://rucont.ru/efd/244731> (дата обращения: 18.07.2021).
3. Черняк, В.Д. Массовая литература в понятиях и терминах : учеб. словарь-справочник / М.А. Черняк; В.Д. Черняк . – 4-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2018 . – 192 с. – URL: <https://rucont.ru/efd/711736> (дата обращения: 18.07.2021).
4. Чтение. XXI век : коллективная монография / науч. ред.-сост. В. Я. Аскарова; Челяб. гос. акад. культуры и искусств. – Челябинск, 2014. – 310 с.

Дополнительная литература

Тема 1. Бестселлер как явление массовой культуры

5. Иваненкова, А. С. Массовая культура : сущность и основные черты / А. С. Иваненкова // Ученые записки Санкт-Петербургского имени В.Б. Бобкова филиала Российской государственной академии. – 2007. – №3. Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/massovaya-kultura-suschnost-i-osnovnye-cherty> (дата обращения: 22.07.2021).
6. Шапинская, Е. Н. Массовая культура : очерк теорий. «Культурные исследования»: широкое понимание культуры в cultural studies / Е. Н. Шапинская // Культура культуры. – 2016. – № 4. Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/massovaya-kultura-ocherk-teoriy-kulturnye-issledovaniya-shirokoe-ponimanie-kultury-v-cultural-studies> (дата обращения: 22.07.2021).
7. Шапинская, Е. Н. Массовая культура : очерк теорий. У истоков / Е. Н. Шапинская // Культура культуры. – 2016. – № 2. Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/massovaya-kultura-ocherk-teoriy-u-istokov> (дата обращения: 22.07.2021).

Тема 2. Институт бестселлера как инструмент эффективного книгораспространения

8. Рубанова, Т. Д. Авторский фанбук на книжном рынке России / Т. Д. Рубанова // Труды ГПНТБ СО РАН / Гос. публич. науч.-техн. б-ка Сиб. отд-ния Рос. акад. наук ; отв. ред. А. Е. Гуськов. – Новосибирск : ГПНТБ СО РАН, 2016. – Вып. 10. Теория и практика научных исследований в библиотеках : материалы межрегион. науч.-практ. конф. (Абакан, 21–25 сент. 2015 г.) / отв. ред.: Е. Б. Артемьева, О. Л. Лаврик. – С. 396–403.
9. Рубанова, Т. Д. Издательские серии фантастики как продюсерский проект / Т. Д. Рубанова // Детская книга : мир фантастики : материалы VII Всерос. науч.-практ. конф., Нижний Тагил, 15 мая 2014 г. / отв. ред. А. Н. Садриева ; Нижнетагил. гос. социально-педагог. ин-т. – Нижний Тагил, 2015. С. 81–85.
10. Рубанова, Т. Д. Инстаграм как площадка для читательского самовыражения / Т. Д. Рубанова // Вестник КазГУКИ. – 2020. – № 3. – С. 45-48.
11. Рубанова, Т. Д. Институт бестселлера : феномен формирования, мировые тенденции развития / Т. Д. Рубанова // Чтение. XXI век : коллект. моногр. / науч. ред. – сост. В. Я. Аскарова. – Москва : Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества, 2015. –

¹Обеспечение обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья печатными и электронными образовательными ресурсами осуществляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

- С. 221–246.
12. Рубанова, Т. Д. Книжные клубы : прошлое или будущее? / Т. Д. Рубанова // Культура – искусство – образование : материалы XXXIX науч.-практ. конф. науч.-пед. работников ин-та : к 50-летию ЧГИК / сост., авт. предисл. С. Б. Синецкий ; Челябин. гос. ин-т культуры. – Челябинск : ЧГИК, 2018. – С. 28 – 33.
 13. Рубанова, Т. Д. Книжные лайфхаки / Т. Д. Рубанова // Книжная культура региона : исторический опыт и современная практика : материалы V Всерос. науч. конф. (с междунар. участием) науч. конф. (Челябинск, 15–16 ноября 2018 г.) / Челябин. гос. ин-т культуры ; редкол. : В. Я. Рушанин (предс.), Н. О. Александрова, Т. Д. Рубанова. – Челябинск : ЧГИК, 2018. – С. 190–197.
 14. Рубанова, Т. Д. Книжные паблики в «Инстаграме» / Т. Д. Рубанова // Библиосфера. – 2020. – № 1. – С. 39–45.
 15. Рубанова, Т. Д. Литературный продюсер по-русски / Т. Д. Рубанова // Книжная культура региона : исторический опыт и современная практика : материалы III Всерос. (с между. участием) науч. конф. (Челябинск, 23 апр. 2014 г.) / Челябин. гос. академия культуры и искусств ; редкол. : В. Я. Рушанин (предс.), Н. О. Александрова, Н. М. Запекина и др. – Челябинск, 2014. С. 137–147.
 16. Рубанова, Т. Д. Многообразие серий или серийное однообразие / Т. Д. Рубанова // Пятый международный интеллектуальный форум «Чтение на евразийском перекрестке» (Челябинск, 24–25 октября 2019 г.) : материалы форума / науч. ред., сост. В. Я. Аскарова, Ю. В. Гушул; М-во культуры Рос. Федерации, М-во культуры Челяб. обл., Челяб. гос. ин-т культуры, Рос. библ. ассоц., Юж.-Урал. отд-ние Рус. ассоц. чтения. – Челябинск : ЧГИК, 2019. – С. 128–134.
 17. Рубанова, Т. Д. Поддержка чтения в пространстве книжных социальных сетей / Т. Д. Рубанова // Вестник культуры / Челяб. гос. ин-т культуры. – 2018. – № 3. – С. 45–53.
 18. Рубанова, Т. Д. «Революция данных в книжном деле» / Т. Д. Рубанова // Культура – искусство – образование : научные и прикладные аспекты : XXXVI науч.-практ. конф. професорско-преподавательского состава Академии / сост., авт. предисл. А. В. Штолер ; Челяб. гос. акад. культуры и искусств. – Челябинск, 2015. С. 248–250.
 19. Рубанова, Т. Д. Рейтинги книг : профессиональный инструмент книжного бизнеса, «зеркало времени» или шкала культурных ценностей? / Т. Д. Рубанова // Вестн. Казан. гос. ун-та культуры и искусств. – 2012 – № 1. – С. 95–99.
 20. Рубанова, Т. Д. Рейтинги книг: виды, назначение, технология // От Года литературы – к веку чтения : коллект. моногр. / Т. Д. Рубанова / [науч. ред.-сост. В. Я. Аскарова]. – Москва : Межрег. центр библ. сотрудничества, 2016. – С. 277–293.
 21. Рубанова, Т. Д. Фанбук как новый формат взаимодействия автора и читателя / Т. Д. Рубанова // Третий Международный интеллектуальный форум «Чтение на евразийском перекрестке» (Челябинск, 24–25 сентября 2015 г.) : материалы форума / М-во культуры Российской Федерации, М-во культуры Челяб. обл., Рос. библ. ассоциация, Челяб. гос. акад. культуры и искусств; ред.-сост. В. Я. Аскарова. – Челябинск : ЧГАКИ, 2015. С. 124–129.
 22. Рубанова, Т. Д. Формирование института бестселлера в контексте массовой культуры / Т. Д. Рубанова // Вестн. Челяб. гос. акад. культуры и искусств. – 2012. – № 2. С. 18–20.
 23. Рубанова, Т. Д. Читательские книжные клубы как коммуникационная площадка / Т. Д. Рубанова // Библиография и книговедение. – 2018. – № 3. – С. 85–93.

Тема 3. Массовая литература в структуре книжного рынка России

24. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад / под общ. ред. В.В.Григорьева. – Москва : Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2020. – 100 с.
25. Кабанова, И. В. Bestseller / бестселлер : переводная массовая литература в России / И.В. Кабанова // Филологический класс. – 2008. – Вып. 20. – С. 20-23. Режим доступа:

URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/bestseller-bestseller-perevodnaya-massovaya-literatura-v-rossii> (дата обращения: 22.07.2021).

26. Книжные итоги 2020 : возвращение к истокам профессии // Кн. индустрия. – 2021. – № 1. – С. 12–25.
27. Печатная книга : объем и динамика ключевых индикаторов розничного рынка. – Книжная индустрия. – 2021. – № 2. – С. 12–19.
28. Цифровая дистрибуция 2020 : навстречу мечте // Книжная индустрия. – 2021. – № 3. – С. 8–17.

Тема 4. Массовая литература как жанровая парадигма

29. Савкина, И. Л. Книги, всем понятные, или почему читают и исследуют массовую литературу? / И. Л. Савкина // Филологический класс. – 2008. – Вып. 20. – С. 12-19. Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/knigi-vsem-ponyatnye-ili-pochemu-chitayut-i-issleduyut-massovuyu-literaturu> (дата обращения: 22.07.2021).
30. Черняк, М. А. Массовая литература конца XX – начала XXI века : технология или поэтика? / М.А. Черняк // Филологический класс. – 2008. – Вып. 20. – С. 4-11. Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/massovaya-literatura-kontsa-hh-nachala-hhi-veka-tehnologiya-ili-poetika> (дата обращения: 22.07.2021).
31. Черняк, М. А. Отечественная массовая литература как альтернативный учебник / М.А. Черняк // Русская литература в формировании современной языковой личности : материалы конгресса : в 2-х ч. Ч. 1. Литература в формировании языковой личности : этапы и варианты. – Москва : МИРС, 2007. – С. 224-231. – Режим доступа: [7.pdf \(yandex.ru\)](#) (23.08.2019).

Тема 5. Особенности чтения литературы популярных жанров различными группами пользователей

32. Беляева, Е. Н. Чтение художественной литературы в интернете: изучение современных читательских практик / Е. Н. Беляева // Вестник культуры и искусств. – 2017. – № 2. – С. 47-52
33. Изучаем чтение : форматы и практики : материалы I научно-практической лаборатории / Российская государственная детская библиотека ; сост. Е. А. Колосова – Москва, 2020 – 88 с. Режим доступа: [Сборник материалов по итогам I Научно-практической лаборатории Изучаем чтение 2020.pdf \(yandex.ru\)](#) (23.08.2020).
34. Современный читатель в зеркале исследовательских проектов общедоступных библиотек : сб. материалов исследований / Рос. нац. б-ка ; сост. : Л. В. Глухова, А. Г. Макарова, А. С. Степанова ; науч. ред. В. В. Ялышева ; ред. С. А. Давыдова ; вступ. ст. С. А. Басова. – СПб. : Изд-во РНБ, 2018 – 224 с. – Режим доступа: [Современный читатель в зеркале исследовательских проектов общедоступных библиотек сборник материалов исследований участников Всероссийского конкурса для библиотек Изучаем чтение 2017 г.pdf](#) (23.08.2019).

7.2. Информационные ресурсы

7.2.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Базы данных:

<http://book-alliance.ru> – Альянс независимых издателей и книгораспространителей;
<http://www.webpublishers.ru> – Ассоциация интернет-издателей;
<http://www.aski.ru> – Ассоциация книгоиздателей России (АСКИ);
<http://www.askr.ru> – Ассоциация книгораспространителей независимых государств (АСКР);
<http://www.guildbook.ru> – Гильдия книжников;
www.bookind.ru – «Книжная индустрия», журнал;

<http://www.internationalpublishers.org> – Международная ассоциация издателей (International Publishers Association (IPA));
<http://www.ncknigaran.ru> – Научный центр исследований истории книжной культуры Российской академии наук;
<http://www.bookunion.ru> – Российский книжный союз (РКС);
<http://www.dslib.net> – Электронная библиотека диссертаций РГБ;
<https://cyberleninka.ru> – «Киберленинка» Научная электронная библиотека;
<https://elibrary.ru/defaultx.asp> – Научная электронная библиотека E-library;
<http://e.lanbook.com> – ЭБС «Лань»;
<http://rucont.ru> – ЭБС «Руконт»;
<https://webofscience.com> – Web of Science.

Информационные справочные системы:

Использование информационных систем по дисциплине не предусмотрено

7.2.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

Лукин, В. Б. Управление издательской деятельностью : учеб. пособие / В. Б. Лукин, В. В. Атаман, Н. А. Панова и др. ; МГУП. – Текст : электронный. – Режим доступа: <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook989/01/part-004.htm>

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Комплексное изучение обучающимися учебной дисциплины «Выснбнен ,tcnctkktfhf» предполагает: овладение материалами лекций, учебной и дополнительной литературой, указанной в рабочей программе дисциплины; творческую работу обучающихся в ходе проведения семинарских и практических занятий, а также систематическое выполнение заданий для самостоятельной работы обучающихся.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Основой для подготовки обучающегося к семинарским занятиям являются лекции и издания, рекомендуемые преподавателем (см. п. 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности...).

Основной целью является контроль за степенью усвоения пройденного материала и ходом выполнения обучающимися самостоятельной работы, обсуждение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы семинарского занятия. При обсуждении на семинарах сложных и дискуссионных вопросов и проблем используются методики интерактивных форм обучения (*дискуссия*), что позволяет погружать обучающихся в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем, оптимальную для выработки умений и владений.

Для успешной подготовки к семинарским занятиям обучающиеся в обязательном порядке, кроме рекомендуемой к изучению литературы, электронных изданий и интернет-ресурсов, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах:

Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела : науч.-техн. журн. – М., 2000 – . – Вых. 4 раза в год.

Книга. Исследования и материалы : продолжающееся науч. изд. – М., 1959 – .

Книжная индустрия: журн. – М., 2010 – . – Вых. 12 раз в год.

Университетская книга : журн. – М., 1994 – . – Вых. 12 раз в год.

Основной целью практических занятий является отработка профессиональных умений и навыков. В зависимости от содержания практического занятия могут быть использованы методики интерактивных форм обучения. Основное отличие активных и интерактивных упражнений и заданий в том, что они направлены не только и не столько на закрепление уже изученного материала, сколько на изучение нового.

Для выполнения заданий самостоятельной работы в письменной форме по темам обучающиеся, кроме рекомендуемой к изучению литературы, электронных изданий и интернет-ресурсов, должны использовать:

Тексты стандартов:

Основные стандарты по издательскому делу : [сб.] / сост. А. А. Джиги, С. Ю. Калинин. – М. : Издат. дом «Универ. кн.», 2009. – 326 с.

Стандарты по библиографии, библиотечному и издательскому делу : справ. : Документы, практика применения / сост. А. Н. Данилкина. – М. : Либерия-Бибинформ, 2009. – 592 с. – (Библиотекарь и время. XXI век. Вып. 114).

Аналитические и статистические материалы:

Книжный рынок России : Состояние, тенденции и перспективы развития [2015-2020 г.] : отраслевой доклад / Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям ; Управление периодической печати, книгоиздания и полиграфии ; Б. В. Ленский, А. Н. Воропаев, А. А. Столяров ; под общ. ред. В. В. Григорьева. – М., 2016–2021.

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) с обучающимися в ходе изучения материала данной дисциплины.

Выбор методов обучения для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья определяется с учетом особенностей восприятия ими учебной информации, содержания обучения, методического и материально-технического обеспечения. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создания комфортного психологического климата в студенческой группе.

Таблица 14

Оценочные средства по дисциплине с учетом вида контроля

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Виды контроля
Аттестация в рамках текущего контроля	Средство обеспечения обратной связи в учебном процессе, форма оценки качества освоения образовательных программ, выполнения учебного плана и графика учебного процесса в период обучения студентов.	Текущий (аттестация)
Экзамен	Формы отчетности обучающегося, определяемые учебным планом. Экзамен служит для оценки работы обучающегося в течение срока обучения по дисциплине (модулю) и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения владения навыками самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.	Промежуточный
Конспекты	Вид письменной работы для закрепления и проверки знаний, основанный на умении «свертывать информацию», выделять главное.	Текущий (в рамках лекционных занятия или сам. работы)
Практическая работа	Оценочное средство для закрепления теоретических знаний и отработки владения навыками и умений, способности применять знания при решении конкретных задач.	Текущий (в рамках практического занятия, сам. работы)
Семинар	Один из основных методов обсуждения учебного материала и инструмент оценки степени его усвоения. Семинары проводятся по наиболее сложным вопросам (темам, разделам) учебной программы с целью углубленного изучения дисциплины, привития обучающимся владения навыками самостоятельного поиска и анализа информации, формирования и развития научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать выводы, аргументировано излагать и отстаивать свое мнение.	Текущий

9. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМОГО ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные аудитории для проведения учебных занятий по дисциплине оснащены оборудованием (учебная мебель, тематические стенды) и техническими средствами обучения (компьютерная техника, мультимедийное оборудование, лабораторное оборудование, проводной интернет).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду института.

– лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение: Microsoft Windows, Microsoft Office 2007, Google Chrome, Internet Explorer

Лист изменений в рабочую программу дисциплины

В рабочую программу дисциплины внесены следующие изменения и дополнения:

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

Учебное издание

Автор-составитель
Анастасия Ивановна Порошина

ИНСТИТУТ БЕСТСЕЛЛЕРА

Рабочая программа дисциплины

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

Печатается в авторской редакции

*Подписано к печати
Формат 60х84/16
Заказ*

*Объем 2,8 п. л.
Тираж 100 экз.*

Челябинский государственный институт культуры
454091, Челябинск, ул. Орджоникидзе, 36а

Отпечатано в типографии ЧГИК. Ризограф