



**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА  
(РОСАВИАЦИЯ)**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ ИМЕНИ  
ГЛАВНОГО МАРШАЛА АВИАЦИИ А.А. НОВИКОВА»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор

\_\_\_\_\_ / Ю.Ю. Михальчевский

«23» \_\_\_\_\_ апреля \_\_\_\_\_ 2026 года

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Теория и практика массмедиа**

Направление подготовки (специальность)

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность программы (профиль, специализация)

**Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе**

Квалификация выпускника

**бакалавр**

Форма обучения

**очная**

Санкт-Петербург

2026

## **1 Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Теория и практика массмедиа» являются: формирование у обучающихся профессиональных компетенций в сфере создания медиаконтента для рекламы и связей с общественностью, а также приобретение умений и практических навыков применения методологического инструментария на материале практики деятельности СМИ, профессионально-теоретического и экономико-политического содержания основной проблематики, относящейся к традиционным (периодическая печать, радиовещание и телевидение) и цифровым медиа, анализу взаимосвязи журналистики со смежными направлениями деятельности, прежде всего, такими как реклама и связи с общественностью.

Задачами освоения дисциплины являются:

- освоение специфики основных каналов массовой коммуникации (печатные СМИ, телевидение, радио, цифровые платформы, социальные сети);
- приобретение умений анализа роли и места массовой информации в системе современной коммуникации, практике рекламы и связей с общественностью, эволюции концепций, приемов и методов массовой коммуникации, политических, литературных и типологических аспектов журналистики;
- выстраивать взаимодействие с СМИ и партнёрами для продвижения информационных поводов.

Дисциплина обеспечивает подготовку выпускника к решению задач профессиональной деятельности маркетингового, авторского, организационного и проектного видов.

## **2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО**

Дисциплина «Теория и практика массмедиа» представляет собой дисциплину, относящуюся к обязательной части Блока 1 Дисциплины. Дисциплина «Теория и практика массмедиа» базируется на дисциплинах: «Введение в коммуникационные специальности», «Теория и практика связей с общественностью в авиабизнесе», «Основы теории коммуникации».

Дисциплина является обеспечивающей для дисциплин: «Речевая коммуникация и копирайтинг в авиабизнесе», «Основы информационно-аналитической работы в авиабизнесе», «Коммуникационное обеспечение авиабизнеса».

Дисциплина изучается в 3, 4 и 5 семестрах.

## **3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (для ФГОС ВО 3++):

Код компетенции	Результат обучения: наименование компетенции; индикаторы компетенции
ПК-3	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта
ПК-3.1	ПК-3.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
ПК-3.2	Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта

Планируемые результаты изучения дисциплины:

**Знать:**

- специфику различных каналов коммуникации (печатные СМИ, телевидение, радио, интернет-медиа, социальные сети) и их влияние на формат и стиль текстов;

- принципы создания информационных поводов (инфоповодов) и их роль в продвижении брендов и проектов, методы генерации идей для инфоповодов, включая анализ трендов, событий и потребностей аудитории;

- стратегии и тактики планирования коммуникационных проектов и специальных мероприятий, особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры, знает технологии медиарилейшнз и медиапланирования, основные технологии копирайтинга;

**Уметь:**

- выполнять поиск необходимой информации, её критический анализ и обобщать результаты анализа для решения поставленной задачи;

- адаптировать тексты под целевую аудиторию и выбранный канал коммуникации, использовать креативные решения и современные технологии для повышения эффективности текстов, анализировать эффективность созданных текстов с учётом обратной связи и метрик;

- выявлять актуальные темы и события, которые могут стать основой для информационных поводов, адаптировать инфоповоды под разные форматы (пресс-конференции, конкурсы, коллаборации, исследования и т. д.), оценивать потенциал инфоповодов с точки зрения их вовлечения аудитории и влияния на репутацию бренда;

**Владеть:**

- навыками редактирования и коррекции текстов с учётом технологических требований каналов трансляции, инструментами для анализа аудитории и выбора оптимальных стратегий коммуникации, опытом работы с информационными поводами и их интеграции в тексты для усиления воздействия на аудиторию;

- методами анализа эффективности инфоповодов и корректировки стратегий в процессе кампании, опытом работы с партнёрами и СМИ для

продвижения инфоповодов, инструментами для мониторинга медиaproстранства и выявления потенциальных инфоповодов;

- тактиками планирования кампаний в рамках реализации коммуникационной стратегии, технологиями медиарилейшнз, копирайтинга в онлайн- и офлайн-среде.

#### 4 Объём дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Общая трудоёмкость дисциплины «Теория и практика массмедиа» составляет 9 зачётных единиц, 324 академических часа.

Наименование	Всего часов	Семестры		
		3	4	5
Общая трудоемкость дисциплины	324	72	108	144
контактная работа, всего	159,3	28,3	72,5	58,5
лекции	78	14	36	28
практические занятия	74	14	36	24
лабораторные работы	-	-	-	-
курсовой проект (работа)	4	-	-	4
Самостоятельная работа студента	114	35	27	52
Промежуточная аттестация	54	9	9	36
контактная работа	3,3	0,3	0,5	2,5
самостоятельная работа по подготовке к промежуточной аттестации	50,7	8,7 Зачет	8,5 Зачет с оценкой	33,5 Экзамен

#### 5 Содержание дисциплины (модуля)

##### 5.1 Соотнесение тем (разделов) дисциплины и формируемых компетенций

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции	Образовательные технологии	Оценочные средства
		ПК-3		
3 Семестр				
Тема 1 Понятия и термины современной науки о журналистике и СМИ	9	+	ВК, Л, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 2 Массовая информация как ключевая категория в сфере масс медиа	9	+	Л, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 3 Социальное предназначение	9	+	ИЛ, ПЗ, СРС	У, Дс

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции		Образовательные технологии	Оценочные средства
		ПК-3			
журналистики.					
Тема 4 Общественно-политические аспекты деятельности СМИ	9	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 5 Функции журналистики	9	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 6 Коммуникативная функция как исходная функция журналистики	9	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 7 Современные теории и концепции журналистики	9	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Итого за 3 семестр	63				
4 семестр					
Тема 1 Предпосылки возникновения журналистики как сферы деятельности	5	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 2 Устные и письменные формы коммуникации в Древнем мире и европейском Средневековье	5	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 3 Становление и развитие зарубежной периодической печати в XVII-XVIII веках	5	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 4 Зарубежная периодическая печать в XIX веке	5	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 5 Становление и развитие российской периодической печати в XVII-XVIII веках	5	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 6 Российская периодическая печать в XIX веке	5	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 7 Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки в первой половине XX века	5	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 8 Журналистика России и русского зарубежья в 1900-1945 годах	5	+		ИЛ, ПЗ, СРС	У, Дс

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции	Образовательные технологии	Оценочные средства
		ПК-3		
Тема 9 Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки во второй половине XX века	5	+	ИЛ, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 10 Развитие системы массмедиа России во второй половине XX века	5	+	ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 11 Массмедиа в России и за рубежом в 2000-2025 годах	5	+	ИЛ, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 12 Система СМИ в современном мире	5	+	Л, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 13 Особенности периодической печати, радио и телевидения	6	+	Л, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 14 Типология СМИ: основные принципы и особенности	6	+	Л, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 15 Газета как тип издания	6	+	Л, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 16 Журнал как тип издания	6	+	Л, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 17 Качественные и массовые издания	7	+	Л, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 18 Развитие СМИ в условиях постиндустриального информационного общества	8	+	Л, ПЗ, СРС	У, Дс
Итого за 4 семестр	99			
5 семестр				
Тема 1 Экономические аспекты функционирования СМИ	8	+	Л, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 2 Редакция как производственное учреждение	8	+	Л, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 3 Маркетинг и менеджмент в сфере массмедиа	8	+	Л, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 4 Журналистика как область творческой деятельности	8	+	Л, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 5 Методы сбора информации в журналистике	8	+	Л, ПЗ, СРС	У, Т, Дс

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции		Образовательные технологии	Оценочные средства
		ПК-3			
Тема 6 Использование информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров в прессе, на радио и телевидении	8	+		Л, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 7 Современное массово-информационное право	8	+		Л, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 8 Закон РФ «О средствах массовой информации»	8	+		Л, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 9 Этика журналиста	8	+		Л, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 10 Техника и технология СМИ	8	+		Л, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 11 Особенности организации редакционных процессов в СМИ	10	+		Л, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Тема 12 Технические аспекты деятельности цифровых СМИ	14	+		Л, ПЗ, СРС	У, Т, Дс
Итого за 5 семестр	104				
Итого по дисциплине	266				
Промежуточная аттестация	54				
Курсовая работа	4				
Всего по дисциплине	324				

Сокращения: ВК-входной контроль, ИЛ – интерактивная лекция (лекция в форме проблемной лекции), Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, СРС – самостоятельная работа студента, У – устный опрос, Т – тест, Дс – дискуссия.

## 5.2 Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
3 семестр						
Тема 1 Понятия и термины современной науки о журналистике и СМИ	2	2		5		9
Тема 2 Массовая информация как ключевая категория в сфере масс медиа	2	2		5		9

Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 3 Социальное предназначение журналистики.	2	2		5		9
Тема 4 Общественно-политические аспекты деятельности СМИ	2	2		5		9
Тема 5 Функции журналистики	2	2		5		9
Тема 6 Коммуникативная функция как исходная функция журналистики	2	2		5		9
Тема 7 Современные теории и концепции журналистики	2	2		5		9
Итого за 3 семестр	14	14		35		63
4 семестр						
Тема 1 Предпосылки возникновения журналистики как сферы деятельности	2	2		1		5
Тема 2 Устные и письменные формы коммуникации в Древнем мире и европейском Средневековье	2	2		1		5
Тема 3 Становление и развитие зарубежной периодической печати в XVII-XVIII веках	2	2		1		5
Тема 4 Зарубежная периодическая печать в XIX веке	2	2		1		5
Тема 5 Становление и развитие российской периодической печати в XVII-XVIII веках	2	2		1		5
Тема 6 Российская периодическая печать в XIX веке	2	2		1		5
Тема 7 Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки в первой половине XX века	2	2		1		5
Тема 8 Журналистика России и русского зарубежья в 1900-1945 годах	2	2		1		5
Тема 9 Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки во второй половине XX века	2	2		1		5
Тема 10 Развитие системы массмедиа России во второй половине XX века	2	2		1		5
Тема 11 Массмедиа в России и за рубежом в 2000-2025 годах	2	2		1		5
Тема 12 Система СМИ в современном мире	2	2		1		5
Тема 13 Особенности периодической печати, радио и телевидения	2	2		2		6
Тема 14 Типология СМИ: основные принципы и особенности	2	2		2		6
Тема 15 Газета как тип издания	2	2		2		6
Тема 16 Журнал как тип издания	2	2		2		6

Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 17 Качественные и массовые издания	2	2		3		7
Тема 18 Развитие СМИ в условиях постиндустриального информационного общества	2	2		4		8
Итого за 4 семестр	36	36		27		99
5 семестр						
Тема 1 Экономические аспекты функционирования СМИ	2	2		4		8
Тема 2 Редакция как производственное учреждение	2	2		4		8
Тема 3 Маркетинг и менеджмент в сфере массмедиа	2	2		4		8
Тема 4 Журналистика как область творческой деятельности	2	2		4		8
Тема 5 Методы сбора информации в журналистике	2	2		4		8
Тема 6 Использование информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров в прессе, на радио и телевидении.	2	2		4		8
Тема 7 Современное массово-информационное право	2	2		4		8
Тема 8 Закон РФ «О средствах массовой информации»	2	2		4		8
Тема 9 Этика журналиста	2	2		4		8
Тема 10 Техника и технология СМИ	2	2		4		8
Тема 11 Особенности организации редакционных процессов в СМИ	2	2		6		10
Тема 12 Технические аспекты деятельности цифровых СМИ	6	2		6		14
Итого за 5 семестр	28	24		52		104
Итого за 3,4,5 семестры						266
Промежуточная аттестация						54
Курсовая работа						4
Итого по дисциплине (модулю)						324

Сокращения: Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, ЛР - лабораторная работа, СРС – самостоятельная работа студента, КР - контрольная работа.

## **5.3 Содержание дисциплины**

### **3 семестр**

#### **Тема 1. Понятия и термины современной науки о журналистике и СМИ**

Процесс массовой коммуникации и СМИ. Основные понятия и термины современной науки о журналистике. Коммуникация, информация, массовая информация, средства массовой информации, массовая коммуникация, средства массовой коммуникации. Система отношений «журналист-аудитория». Газета и журнал. Особенности терминологии в области цифровых СМИ.

#### **Тема 2. Массовая информация как ключевая категория в сфере масс медиа**

Природа и сущность информации. Атрибутивные, прагматические и динамические свойства информации. Массовая информация как вид социальной информации. Информационные потребности источника информации и аудитории СМИ.

#### **Тема 3. Социальное предназначение журналистики**

Журналистика как фактор социального управления. Журналистика как социальный институт и как институт гражданского общества. Роль СМИ и журналистики как сферы деятельности в жизни современного общества.

#### **Тема 4. Общественно-политические аспекты деятельности СМИ**

Характер и пределы властных возможностей СМИ. Журналистика и политика. Информационная политика средства массовой информации. Политическая культура журналиста. Этические аспекты участия журналиста в политической и общественной жизни.

#### **Тема 5. Функции журналистики**

Функции журналистики, их обоснование. Функции журналистики по С. Корконосенко. Функции журналистики по Е. Прохорову. Коммуникативная, идеологическая и культурно-просветительская функции. Методологические функции журналистики. Взаимодействие функций. Монофункциональный и полифункциональный текст.

#### **Тема 6. Коммуникативная функция как исходная функция журналистики**

Особенности установления контакта между журналистом и аудиторией СМИ. Цель и средства общения в журналистике. Вербальная и невербальная коммуникация в среде массмедиа. Особенности применения универсальной формулы построения коммуникации Лассуэла в деятельности журналиста.

## **Тема 7. Современные теории и концепции журналистики**

Особенности зарубежных теорий и концепций журналистики. Концепция «четыре теории прессы» Ф. Сиберта, Т. Петерсона и У. Шрамма. Концепция «четвертой власти» У. Росту, Д. Белла и Э. Багерстама. Концепция «демократуры» Ж. Мерме и концепция «медиакратии» Ф.-А. де Вирье. Теория «журналистского подхода» У. Фрамма и Дж. Мерилла. Манипуляция сознанием аудитории СМИ. Г. Шиллер: 5 основных мифов манипуляции сознанием. Пять подходов к критике прессы и к постановке проблемы ответственности СМИ Я. Засурского.

## **4 семестр**

### **Тема 1. Предпосылки возникновения журналистики как сферы деятельности**

Влияние социальных, культурных, экономических и политических факторов на формирование регулярного процесса распространения торговой, коммерческой, культурной, научной, а также политической информации.

Генезис журналистики. Явления протожурналистики в древности. Информация и коммуникация в контексте дописьменной культуры. Виды и формы протожурналистики. Наглядная информация. Функция знака в древности. Истоки журналистики.

### **Тема 2. Устные и письменные формы коммуникации в Древнем мире и европейском Средневековье**

Развитие форм коммуникации в Древнем Египте и Месопотамии. Устные и письменные тексты в античной Греции и Древнем Риме. Ораторская и историческая проза. Ораторское мастерство как прообраз публицистики. Великие античные ораторы. Цицерон и его политические речи.

Эпос, история, литература, театр как формы массовой информационной деятельности Античности. Древнеримские анналы как первые периодические издания-ежегодники. Феномен протогазеты в Древнем Риме: «Acta Senatus», «Acta diurna populi Romani», «Commentarius rerum novarum». Китайские протогазеты.

### **Тема 3. Становление и развитие зарубежной периодической печати в XVII-XVIII веках**

Особенности развития коммуникации в условиях западноевропейского средневековья. Формирование жанра раннехристианских проповедей (Exempla). Средневековая историография. Книги, летописи, хроники, рукописи как информационные средства. Библия как важнейший фактор информационных процессов средних веков в христианском мире. Роль университетов в развитии коммуникационных процессов.

Гуманизм эпохи Возрождения и риторика. Культура и идеология Реформации. Книга как форма массовой информации. Изобретение бумаги и развитие бумажного производства в Азии и Европе.

Изобретение книгопечатания как поворотный пункт в истории журналистики. Отработка технологии книгопечатного дела, первые типографии. Первые печатные издания. Их влияние на информационные процессы.

Становление национальных систем периодической печати зарубежных стран. Возникновение и развитие различных типов периодических изданий в Европе. Первые ежегодники и еженедельники XVII в. в Германии и Италии. Научные журналы XVII века. Пресса и власть. «Gazette» Т. Ренодо. Формирование института цензуры в странах Западной Европы.

Эпоха Просвещения и журналистика. Борьба за свободу прессы. Теории свободы печати. Развитие типологии периодических изданий. Совершенствование технологии газетного производства.

Журналистика в буржуазных революциях. Великая французская революция и пресса. Периодическая печать Франции при Наполеоне. Американская война за независимость и становление политической прессы в США. Взаимовлияние публицистики и политики в Великобритании, США и Франции: сходства и различия.

#### **Тема 4. Зарубежная периодическая печать в XIX веке**

Становление международной коммуникации. Новые технологии газетного дела, изобретение телеграфа. Появление массовых изданий как результат демократизации жизни общества в странах Западной Европы и США. Формирование элитной и массовой прессы: издатели и журналисты в борьбе за аудиторию. «Персональный» и «новый» журнализм. Развитие ежедневной прессы. Становление «желтой» журналистики. Становление законодательства о печати. Коммерциализация журналистики. Формирование тенденции монополизации и концентрации печати. Первые газетные монополии.

Возникновение информационных агентств. Три мировых агентства: Гавас, Вольф, Рейтер. Особенности создания информационных агентств в США. Становление «Associated press». Развитие газетно-журнального дела на стыке двух веков в Европе и США.

#### **Тема 5. Становление и развитие российской периодической печати в XVII-XVIII веках**

Предыстория печати на Руси. «Вести-Куранты» (1600–1702) как прообраз газеты. Источники информации. Первая русская печатная газета «Ведомости» (1702–1727) как одно из средств пропаганды петровских реформ. Петр I как редактор и автор «Ведомостей».

Журналистика 1730–50-х гг. Академия наук как издатель и цензор. Газета «Санкт-Петербургские ведомости» (с 1727 г.) и приложения к ней. «Месячные исторические, генеалогические и географические примечания» (1728–1742).

М.В. Ломоносов как публицист и редактор. «Рассуждение о должности журналиста» (1754). «Ежемесячные сочинения, к пользе и увеселению служащие» (1755–1764). Издания Московского университета.

Возникновение первых частных журналов в 1759 году. «Трудолюбивая пчела» А.П. Сумарокова. Сатирические журналы 1769–74 гг. «Всякая всячина» (1769–1770) Екатерины II и «Трутень» (1769–1770) Н.И. Новикова. Новиков — просветитель. Московские издания Новикова и особенности их типологии. Публицистика Е.Р. Дашковой и ее журнал «Собеседник любителей русского слова» (1783–1784). Н.М. Карамзин — издатель и редактор нового типа. «Московский журнал» (1791–1792).

### **Тема 6. Российская периодическая печать в XIX веке**

Журналистика в первые годы XIX века: реформы Александра I, отмена цензурных ограничений. Цензурный устав 1804 года. «Вестник Европы» (1802–1830) — первый общественно-политический журнал в России. Русская журналистика в период Отечественной войны 1812 года. «Сын отечества» (с 1812 г.) Н.И. Греча — самый популярный журнал в России.

Журналистика эпохи декабристского движения. Нелегальная публицистика декабристов. Легальные журналы декабристов и их сотрудничество в официальной печати. Альманахи декабристов.

Журналистика в 1826–30-е годы. «Чугунный» цензурный устав 1826 года. Охранительная печать. Издания «триумвирата». «Московский телеграф» (1825–1834) Н.А. Полевого как тип энциклопедического журнала. А.С. Пушкин — журналист и редактор. Его участие в изданиях 1820-х годов. «Литературная газета» (1830–1831). Журнал «Современник» при Пушкине (1836–1837).

Русская журналистика 1840-х годов. Общественно-политические условия. Западники и славянофилы. «Мрачное семилетие» (1848–1855) и русская журналистика.

Журналистика 1860-х годов. Новый закон о печати 1865 года. Вольная русская пресса за границей. Журналы «Современник» и «Русское слово» (1859–1866). Периодика славянофилов и почвенников. Газеты 1860-х годов.

Журналистика 1870–80-х годов. Рост газетной периодики и развитие издательского дела (М.О. Вольф, А.Ф. Маркс, А.С. Суворин). Первые российские телеграфные агентства – РТА, МТА, СТА.

Журналистика 1890-х годов. Особенности типологии изданий. Ориентация на массового читателя. Издания социалистов. Журналисты и издатели конца XIX – начала XX века и их роль в развитии типологии русской периодики. Три «короля шестой державы» — рецензент С.В. Флеров, фельетонист В.М. Дорошевич и репортер В.А. Гиляровский. Издательская деятельность И.Д. Сытина, П.П. Сойкина и Н.И. Пастухова.

### **Тема 7. Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки в первой половине XX века**

Журналистика и политика. Первая мировая война и журналистика. Индустриализация газетно-журнального производства. Газетно-журнальные концерны. Появление новых каналов информации: радиовещание и телевидение. Информация и коммуникация в условиях формирования массовой культуры. Особенности развития СМИ стран Азии и Африки: зависимость от государства и религии. Реклама в СМИ разных стран как одно из главных средств дохода. Политическая дифференциация прессы.

Журналистика стран Запада и Востока в годы второй Мировой войны. Методы нацистской пропаганды. Военная цензура и СМИ. Антифашистская печать, радиовещание и кино в 30-е годы. Послевоенный период в истории мировых СМИ: восстановление и перестройка. СМИ Запада в условиях «холодной» войны.

## **Тема 8. Журналистика России и русского зарубежья в 1900-1945 годах**

Система периодической печати в начале двадцатого века. Первая русская революция 1905 года и журналистика. Роль рекламы в периодике. Правовое положение журналистов. Первые журналистские организации. Периодические издания политических партий. Журналистика периода Первой мировой войны (1914–1917 гг.).

Февральская революция и журналистика. Борьба за контроль над печатью. Печать и радио в дни Октябрьского переворота. Декрет «О печати». Формирование системы однопартийной журналистики. Гражданская война и журналистика. Красный и белый террор. Журналистика белого движения. Ее типологические особенности и содержание. Отделы пропаганды и агитационные отделения. «Кочующие» издания.

Журналистика русского зарубежья. Русская интеллигенция в условиях эмиграции. Главные центры эмиграции. «Русский Берлин» начала 1920-х годов: издательства и периодика. Париж как центр русской эмигрантской журналистики 1920–40-х гг. Газета «Последние новости».

Нэп и журналистика. Кризис в печати и Декрет «О введении платности газет» (1921 г.). Рост числа частных издательств. Развитие рабселькоровского движения. Становление системы радиовещания в первой половине 20-х годов. Организация Телеграфного агентства Советского Союза (ТАСС) в июле 1925 года и его роль в формировании имиджа государства.

Журналистика в годы первой пятилетки (1928–1932 гг.). Роль журналистики в проведении индустриализации и коллективизации. Массовая пресса ГУЛАГа (тюремно-лагерная печать) в 30-е годы.

Военные конфликты (Халхин-Гол, Испания, Финляндия) и печать. Основные темы печати и радио в 1941–45 гг. Роль радио в информировании населения. «Совинформбюро» как новый информационный орган. Развитие сети военных изданий. Партизанская, подпольная и самодеятельная печать.

Особенности проблематики периодической печати в первые послевоенные годы. Ужесточение партийного контроля над средствами

массовой информации. Становление университетской системы подготовки журналистских кадров.

### **Тема 9. Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки во второй половине XX века**

Особенности законодательства в области средств массовой информации в разных странах мира. Политические аспекты развития журналистики в 1945-1980гг.

Появление рынка СМИ в странах Азии и Африки. Становление телевидения как самого оперативного канала СМИ. Мировые информационные агентства, печатные и электронные СМИ. СМИ как инструмент конфронтации.

СМИ развитых и развивающихся стран мира. Журналистика в современном обществе и ее взаимодействие с экономикой, государством, партиями, религией. Технологическая революция и журналистика. Новые технологии и печать.

Развитие процесса концентрации СМИ. Транснациональные медиа-корпорации. Р. Мердок – «самый влиятельный человек в мире». Американские и английские медиа-империи. Экономические факторы развития СМИ стран Западной Европы и США в 1970 - 1985 гг. Основные тенденции развития журналистики стран восточной Европы в 1990-е гг. СМИ стран Азии: общие тенденции и национальная специфика. Научные исследования в области СМИ в Западной Европе и США. Развитие средств передачи и распространения информации в первой четверти XXI века.

### **Тема 10. Развитие системы массмедиа России во второй половине XX века**

Средства массовой информации в 1954–64 годах. XX съезд КПСС (1956 г.). Попытки реформирования общества. Ослабление цензуры. Создание агентства печати «Новости» (АПН) в 1961 году как общественного информационного органа. Роль радио и телевидения в системе СМИ. Организация в 1957 г. Государственного комитета по телевидению и радиовещанию. Становление системы жанров электронных средств массовой информации. Своеобразие публицистики эпохи «оттепели».

Изменения в руководстве страной после Октябрьского пленума ЦК КПСС (1964 г.). Ужесточение цензуры и постепенная бюрократизация системы управления журналистикой. Централизация управления СМИ. Рост числа и тиражей печатной периодики. Самиздат. Развитие радиовещания и телевидения. Организация национального радио- и телевидения. Программа «Время» (с 1968 г.).

Изменения в системе СМИ после Апрельского пленума ЦК КПСС (1985 г.). Перестройка и журналистика. Демократизация в управлении СМИ. Закон «О печати и других средствах массовой информации» (1990 г.). Появление первых независимых информационных агентств («Интерфакс», «Постфактум», «ИМА-пресс»).

Август 1991 года и печать. Попытки цензурных ограничений. Российский закон о СМИ 1991 г. Дифференциация СМИ. Создание новых типов изданий. СМИ в условиях ухудшения экономической ситуации.

Создание издательств на частной и акционерной основе. Изменение структуры телерадиовещания. Акционирование государственных телецентров. Появление частных FM-радиостанций. Журналистика и Интернет.

### **Тема 11. Массмедиа в России и за рубежом в 2000-2025 годах**

Новые технологии и печать. Традиционные и цифровые медиа. Массмедиа в рамках формирования постиндустриального информационного общества. Глобализация информационного пространства. СМИ зарубежных стран в условиях информационной революции.

Мировые информационные агентства. Феномен «всемирного телевидения». Применение интернет-технологий в деятельности СМИ. Развитие блогосферы. Цифровые и мобильные технологии в журналистике. Изменения в области типологии и жанрообразования. Становление «экранной», послеписьменной культуры.

### **Тема 12. Система СМИ в современном мире**

Средства массовой информации в мировом информационном пространстве. Основные тенденции развития системы СМИ и СМИ в условиях постиндустриального информационного общества. Глобализация как феномен медиасферы конца XX-начала XXI веков. Конвергенция СМИ как тренд начала XXI века. Создание «конвергентных» СМИ.

Монополизация и концентрация медиаресурсов. Деятельность медиамагнатов в рамках медиабизнеса. Цифровая революция в журналистике. Роль блогосферы, мессенджеров и социальных сетей в становлении СМИ нового формата. Инфраструктура средств массовой информации: информационные агентства и службы, пресс-службы, пресс-центры и службы связей с общественностью.

### **Тема 13. Особенности периодической печати, радио и телевидения**

Система средств массовой информации России в первой четверти XXI века. Периодическая печать, радио и телевидение как традиционные компоненты системы СМИ. Падение интереса аудитории к печатной периодике как результат развития цифровых и мобильных технологий. Печатные и электронные версии газет и журналов.

Выразительные средства радио и телевидения как СМИ. Спутниковое и кабельное телевидение. Дифференциация электронных СМИ. Радио и телевидение как СМИ. Роль рекламы в деятельности печатных и электронных СМИ.

### **Тема 14. Типология СМИ: основные принципы и особенности**

Понятие «типа издания» как единицы расчленения. Главные принципы деления в рамках типологии журналистики. Типологические характеристики современных газет, журналов и альманахов. Типологические особенности деловой прессы. Самомаркировка в печатных и электронных СМИ.

### **Тема 15. Газета как тип издания**

Формат современной газеты. Типологические характеристики газетной периодики. Пять основных типологических признаков газеты. Ежедневные и не ежедневные газеты. Феномен воскресной газеты. Общенациональные, надрегиональные, региональные и местные газеты. Утренние и вечерние газеты.

Традиции советской системы СМИ в деятельности современных российских газет. Центральная и районная пресса. Особенности аудитории ежедневных газет. Корпоративная периодика как часть системы СМИ. Бортовые журналы авиакомпаний как внешнее корпоративное издание.

### **Тема 16. Журнал как тип издания**

Типологические характеристики журнальной периодики. Дифференциация периодических изданий журнального типа. Особенности дифференциации журналов для женской аудитории.

Глянцевые журналы как феномен журналистики второй половины XX века. Судьба глянцевого журнала в условиях цифровой революции. Отраслевые журналы и их перспективы в рамках постиндустриального информационного общества.

### **Тема 17. Качественные и массовые издания**

Качественные, качественно-массовые и массовые газеты.

Основные типологические признаки качественной газеты. Качественная газета как издание для элитарной аудитории. Формат, объем, структура качественной прессы. Горизонтальная и вертикальная верстка. Формы обратной связи с аудиторией.

Аудитория массовой газеты. Формат, объем, структура массовой прессы. «Желтая» пресса как тип массовой газеты.

### **Тема 18. Развитие СМИ в условиях постиндустриального информационного общества**

Влияние концепций постиндустриального и информационного общества на деятельность СМИ. Роль информации и информационной безопасности в рамках формирования постиндустриального информационного общества.

Информационное воздействие на сознание аудитории. Зависимость индивида от информационного потока. Информация как средство достижения цели и восприятие информации как конечной цели в условиях информационного общества.

## 5 семестр

### **Тема 1. Экономические аспекты функционирования СМИ**

Интервенция частного капитала в журналистику. Журналистская информация как товар. Основы редакционно-издательского маркетинга и финансовая политика редакции. Изучение информационного рынка. Поиск оптимальной финансовой модели СМИ.

### **Тема 2. Редакция как производственное учреждение.**

Структура редакции. Редакция газеты как производственно-творческая структура. Виды редакций. Особенности журналистской работы. Система управления редакционным коллективом. Научная организация труда в редакции. Инструментарий современного журналиста. Штатное расписание редакций.

Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса. Финансовый капитал на информационном рынке России.

### **Тема 3. Маркетинг и менеджмент в сфере массмедиа**

Планирование и методы маркетинга. Служба маркетинга. Бюджет редакции печатного периодического издания. Особенности бюджета телерадиокомпании и информационного агентства. Современный менеджмент и СМИ. Виды и формы распространения печатного периодического издания.

### **Тема 4. Журналистика как область творческой деятельности**

Редакторский, организаторский и авторский виды журналистской деятельности. Журналист как творческая личность. Формы осуществления редакционной политики средствами массовой информации. Актуальность и оперативность как понятия, определяющие качества массовой информации.

Научный, художественный и публицистический виды творчества и их презентация СМИ в повседневной практике. Содержание и форма в публицистическом творчестве.

### **Тема 5. Методы сбора информации в журналистике**

Эмпирические методы сбора информации. Интервью и беседа. Эксперимент. Метод наблюдения. Метод включенного наблюдения как наиболее эффективное средство для получения информации при проведении журналистского расследования.

Эмпирико-теоретические методы сбора информации в журналистике. Работа с документами. Опрос и анкетирование. Работа с интернет-ресурсами и цифровыми базами данных.

Краудсорсинг и RSS-каналы как новые методы сбора информации в журналистике. Дрон-журналистика.

## **Тема 6. Использование информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров в прессе, на радио и телевидении**

Информационные жанры: общая характеристика. Информационная заметка и ее виды. Отчет. Репортаж. Интервью (виды и особенности).

Аналитические жанры: общая характеристика. Комментарий. Корреспонденция. Статья. Обзорение.

Художественно-публицистические жанры: общая характеристика. Очерк и его разновидности. Фельетон. Эссе. Памфлет. Зарисовка.

## **Тема 7. Массово-информационное право и этика журналиста**

Правовое поле СМИ. Юридические аспекты свободы журналистики. Законодательство России о СМИ и концепция свободы печати. Источники права СМИ: конституция, международные договоры, законы, указы президента и постановления правительства. Конституция РФ: свобода слова, информации, совести. Соответствие норм российской Конституции о свободе информации документам ООН и Совета Европы: Всеобщей декларации прав человека (1948 г.), Международного пакта о гражданских и политических правах (1966 г.), Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод (1953 г.). Основные элементы свободы массовой информации: свобода искать, получать, хранить и распространять информацию. Разграничение полномочий в сфере массовой информации между федеральными и местными органами власти. Законотворчество о СМИ в субъектах Российской Федерации. Роль Верховного и Конституционного судов в правовом регулировании деятельности СМИ.

## **Тема 8. Закон РФ «О средствах массовой информации»**

Закон РФ «О средствах массовой информации» (1991 г.): общая характеристика. Основные понятия, используемые в законе. Учреждение и регистрация СМИ. Понятие учредителя. Редакция, журналист, издатель, распространитель, их взаимные права и обязанности. Договор между учредителем и редакцией. Редакционный устав, содержание и процедура принятия. Особенности трудовых отношений в редакционных коллективах.

Злоупотребление свободой массовой информации. Запрет использования СМИ для призывов к насильственному изменению конституционного строя и целостности государства, для возбуждения национальной, классовой, социальной или религиозной нетерпимости или розни, для пропаганды войны. Предупреждения регистрирующего органа и порядок прекращения деятельности СМИ.

## **Тема 9. Этика журналиста**

Этика профессиональная и служебная как важнейший момент профессионального становления. Кодекс профессиональной этики российского журналиста как концентрация профессионально-этических основ журналистской деятельности. Журналист и источники информации.

## **Тема 10. Техника и технология СМИ**

Материально-технические средства производства периодических изданий. Основы современного полиграфического производства, средства полиграфического воспроизведения текста. Шрифты и их классификация. Компьютерная технология в полиграфическом производстве. Специфика печати газет и журналов. Виды печати. Офсетный способ печати. Виды печатных машин. Технология изготовления печатных форм. Современные настольные издательские системы.

## **Тема 11. Особенности организации редакционных процессов в СМИ**

Организация редакционных процессов при выпуске печатных СМИ. Требования техники безопасности и охраны окружающей среды. Технические средства печатных СМИ, радиовещания и телевидения. Организация работы ньюсрума на телевидении.

## **Тема 12. Технические аспекты деятельности цифровых СМИ**

Процессы интеграции и конвергенции в рамках деятельности цифровых СМИ. Интерактивные способы обратной связи с аудиторией.

Мультиплатформенность и мультиканальность. Журналистика дополненной и виртуальной реальности. Дата-журналистика. Сторителлинг в мультимедийной журналистике. Организация работы мультимедийной редакции.

### **5.4 Практические занятия (семинары)**

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (часы)
	3 семестр	
1	Практическое занятие № 1 Система отношений «журналист-аудитория».	2
2	Практическое занятие № 2 Атрибутивные, прагматические и динамические свойства информации.	2
3	Практическое занятие № 3 Журналистика как социальный институт и как институт гражданского общества.	2
4	Практическое занятие № 4 Информационная политика средства массовой информации.	2
5	Практическое занятие № 5 Взаимодействие функций.	2
6	Практическое занятие № 6 Цель и средства общения в журналистике.	2
7	Практическое занятие № 7 Концепция «четвертой власти» У. Ростоу, Д. Белла и Э. Багерстама.	2

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (часы)
Итого за семестр:		14
4 семестр		
1	Практическое занятие № 1 Информация и коммуникация в контексте дописменной культуры.	2
2	Практическое занятие № 2 Ораторское мастерство как прообраз публицистики.	2
3	Практическое занятие № 3 Изобретение книгопечатания как поворотный пункт в истории журналистики.	2
4	Практическое занятие № 4 Три мировых агентства: Гавас, Вольф, Рейтер.	2
5	Практическое занятие № 5 Петр I как редактор и автор «Ведомостей».	2
6	Практическое занятие № 6 Три «короля шестой державы» — рецензент С.В. Флеров, фельетонист В.М. Дорошевич и репортер В.А. Гиляровский.	2
7	Практическое занятие № 7 Первая мировая война и журналистика.	2
8	Практическое занятие № 8 Печать и радио в дни Октябрьского переворота.	2
9	Практическое занятие № 9 Развитие средств передачи и распространения информации в начале XXI века.	2
10	Практическое занятие № 10 Перестройка и журналистика.	2
11	Практическое занятие № 11 Цифровые и мобильные технологии в журналистике.	2
12	Практическое занятие № 12 Роль блогосферы, мессенджеров и социальных сетей в становлении СМИ нового формата.	2
13	Практическое занятие № 13 Печатные и электронные версии газет и журналов.	2
14	Практическое занятие № 14 Типологические особенности деловой прессы.	2
15	Практическое занятие № 15 Особенности аудитории ежедневных газет.	2
16	Практическое занятие № 16 Отраслевые журналы и их перспективы в рамках постиндустриального информационного общества.	2
17	Практическое занятие № 17 «Желтая» пресса как тип массовой газеты.	2
18	Практическое занятие № 18 Роль информации и информационной безопасности в рамках формирования постиндустриального информационного общества.	2
Итого за семестр:		36
5 семестр		

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (часы)
1	Практическое занятие № 1 Журналистская информация как товар.	2
2	Практическое занятие № 2 Инструментарий современного журналиста.	2
3	Практическое занятие № 3 Бюджет редакции печатного периодического издания.	2
4	Практическое занятие № 4 Журналист как творческая личность.	2
5	Практическое занятие № 5 Работа журналиста с интернет-ресурсами и цифровыми базами данных.	2
6	Практическое занятие № 6 Интервью (виды и особенности).	2
7	Практическое занятие № 7 Законотворчество о СМИ в субъектах Российской Федерации.	2
8	Практическое занятие № 8 Редакция, журналист, издатель, распространитель, их взаимные права и обязанности.	2
9	Практическое занятие № 9 Кодекс профессиональной этики российского журналиста.	2
10	Практическое занятие № 10 Шрифты и их классификация.	2
11	Практическое занятие № 11 Организация работы ньюсрума на телевидении.	2
12	Практическое занятие № 12 Сторителлинг в мультимедийной журналистике.	2
Итого за 5 семестр		24
Итого за 3,4,5 семестры		74
Итого по дисциплине модулю		74

### 5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум не предусмотрен учебным планом.

### 5.6 Самостоятельная работа

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудо-емкость (часы)
3 семестр		
1	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия.	5

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
	3 Подготовка к устному опросу	
2	1 Работа с основной и дополнительной литературой. [1], [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	5
3	1 Работа с основной и дополнительной литературой. [3], [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу	5
4	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	5
5	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	5
6	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	5
7	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	5
Итого за 3 семестр		35
4 семестр		
1	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	1
2	1 Работа с основной и дополнительной литературой. [3], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу	1
3	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	1
4	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	1

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
5	1 Работа с основной и дополнительной литературой. [3], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу	1
6	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	1
7	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	1
8	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	1
9	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	2
10	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	2
11	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	2
12	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	2
13	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	2
14	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	2
15	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	2
16	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия.	2

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоёмкость (часы)
	3 Подготовка к устному опросу.	
17	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	3
Итого за 4 семестр		27
5 семестр		
1	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	4
2	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	4
3	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	4
4	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	4
5	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	4
6	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	4
7	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	4
8	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	4
9	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	4

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
10	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	4
11	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	6
12	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	6
Итого за 5 семестр		52
Итого за 3,4 и 5 семестры:		114
Итого по дисциплине (модулю):		114

### 5.7 Курсовые работы

Наименование этапа выполнения курсовой работы (проекта)	Трудоемкость (часы)
Этап 1. Выдача задания на курсовую работу (проект)	2
Этап 2 Защита курсовой работы	2
Итого за семестр	4

### Примерный перечень тем курсовых работ

- 1 Права и обязанности журналиста, порядок аккредитации (на основе Федерального Закона «О средствах массовой информации»).
- 2 Отказ или отсрочка в предоставлении информации, ответственность за ущемление свободы массовой информации (на основе Федерального Закона «О средствах массовой информации»).
- 3 Социальное предназначение прессы.
- 4 Воспитательные, познавательные, организационные и пропагандистские функции журналистики.
- 5 Новые СМИ и изменение законодательства в области медиа.
- 6 Цифровые и традиционные СМИ: преимущества и недостатки.
- 7 Средства массовой коммуникации и средства массовой информации.
- 8 Политическая журналистика и предвыборные технологии (на примере выборов).
- 9 FM-радиостанции Санкт-Петербурга: методы завоевания аудитории.
- 10 Феномен корпоративного издания и многотиражная пресса.

- 11 Журналистские расследования в прессе и на телевидении в современной России.
- 12 Тема в журналистском произведении: выбор темы, ее разработка и реализация.
- 13 Сюжет и композиция в журналистском произведении.
- 14 Факт и новость в журналистском произведении.
- 15 Роль информационного агентства в современной журналистике (практическая часть – характеристика какого-либо одного агентства).
- 16 Заметка и хроника как жанры журналистского творчества.
- 17 Жанр интервью в современных СМИ.
- 18 Тема экологической безопасности в СМИ: природоохранные проблемы и пути их решения (сравнительный анализ на примере 1-2, или нескольких СМИ).
- 19 Темы экономики, финансов и бизнеса в современной прессе: проблемы авторской компетентности и качества журналистских материалов.
- 20 Участие журналистов в политических и PR-кампаниях: проблемы независимости и творческой этики.
- 21 Типы телевизионных программ: многообразие форм и методов ведения, особенности содержания.
- 22 Проблема ведущего на современном российском телевидении.
- 23 Газета «Комсомольская правда» как массовое издание.
- 24 Радиостанции FM-диапазона: общее и частное в практике вещания.
- 25 Задачи, функции и практика некоммерческого радиовещания (на примерах Радио России, радио «Маяк», радио «Петербург» и других).
- 26 Лексика и стиль современной прессы (на примере любых периодических офлайн- и онлайн-изданий, программ телевидения и радио).
- 27 Общественно-политическая газета вчера и сегодня: назначение, идеология, редакционная политика.
- 28 Современная молодежная пресса: основные темы, стилевые особенности, лексика, формы подачи материалов (сравнительный анализ двух или нескольких офлайн- или онлайн-изданий).
- 29 Современные женские издания: основные темы, стилевые особенности, лексика, формы подачи материалов (сравнительный анализ двух или нескольких офлайн- или онлайн-изданий).
- 30 Деловые медиа: стилевые особенности, лексика, тематика и содержание.
- 31 Информационные программы на телевидении: манера ведения, жанровые особенности, репортажная насыщенность, прямые включения (сравнительный анализ на примерах любых информационных программ).
- 32 Средства массовой информации о событиях в «горячих точках»; требования, предъявляемые к работе журналиста в экстремальных ситуациях и в условиях боевых действий, принципы нейтралитета и гуманности.

- 33 Освещение вопросов социальной защиты в современной журналистике.
- 34 Видные российские журналисты дореволюционного периода (на примере деятельности какого-либо журналиста).
- 35 Пресс-конференция и брифинг: сходство и различие.
- 36 Этика во взаимоотношениях с журналистами.
- 37 Особенности использования средств массовой коммуникации в кризисных коммуникациях.
- 38 Критерии эффективности взаимоотношений PR-структур со СМИ.
- 39 Трансформация медиарынка под влиянием цифровых платформ: вызовы и возможности.
- 40 Экономические модели современных СМИ: от подписки к фриуму и донатам.
- 41 Роль агрегаторов новостей в формировании информационной повестки.
- 42 Медиахолдинги в России: структура, стратегии, влияние на контент.
- 43 Нишевые медиа как альтернатива массовым СМИ: анализ успешных проектов
- 44 Telegram-каналы как альтернативный источник новостей: доверие и верификация.
- 45 Кросс-медийные стратегии СМИ в эпоху соцсетей: лучшие практики.
- 46 Мемы как инструмент медиакommunikации: функции и эффективность.
- 47 Сторителлинг в современной журналистике: приёмы и эффекты.
- 48 Data-журналистика: методы визуализации данных в российских СМИ.
- 49 Подкастинг как формат медиа: жанровые особенности и аудитория.
- 50 Репортаж в цифровую эпоху: трансформация жанра.
- 51 Фактчекинг в российских медиа: инструменты и кейсы.
- 52 Феномен «усталости от новостей»: причины и способы преодоления.
- 53 Эффект «пузыря фильтров» в персонализированных медиа.
- 54 Восприятие фейков: когнитивные искажения и медиаграмотность.
- 55 Эмоциональный контент в СМИ: влияние на вовлечённость аудитории.
- 56 Медиапотребление в условиях информационного перегруза: стратегии адаптации.
- 57 Право на забвение в цифровой среде: противоречия и практика применения.
- 58 Этические коллизии в освещении чувствительных тем (катастрофы, насилие).
- 59 Авторское право в эпоху репостов: проблемы и решения.

- 60 Блокчейн для верификации новостей: перспективы и ограничения.
- 61 Автоматизированная журналистика: границы применения и риски.
- 62 Метавселенные как новая медиасреда: первые эксперименты.
- 63 Локальные медиа в эпоху глобализации: стратегии выживания.
- 64 Особенности медиаландшафта в странах БРИКС: сравнительный анализ.
- 65 Трансграничные информационные кампании: механизмы и эффекты.
- 66 Этническая журналистика в многонациональной России: вызовы и практики.
- 67 Медиа в условиях санкций: адаптация российских СМИ.
- 68 Научные коммуникации в СМИ: популяризация vs искажение.
- 69 Спортивные медиа: эволюция форматов в digital-эпоху.
- 70 Экологическая журналистика: от страшилок к конструктивному диалогу.
- 71 Бизнес-медиа в России: специфика контента и аудитории.
- 72 Культурные медиа: роль в формировании эстетических предпочтений.
- 73 Бортовой журнал авиакомпании как внешнее корпоративное издание.

## **6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **а) основная литература:**

1 **Ахмадулин, Е. В. Основы теории журналистики: учебник и практикум для вузов / Е. В. Ахмадулин.** — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 286 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15560-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/561548> (дата обращения: 15.11.2025).

2 **Чевозерова, Г. В. Основы теории журналистики: учебник и практикум для вузов / Г. В. Чевозерова.** — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 329 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09763-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/565419> (дата обращения: 15.11.2025).

3 **Шостак, М. И. Новостная журналистика. Новости прессы: учебник и практикум для вузов / М. И. Шостак.** — 2-е изд., доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06311-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/561547> (дата обращения: 15.11.2025).

### **б) дополнительная литература:**

4 **Ильченко, С. Н. Основы журналистской деятельности: учебник и практикум для вузов / С. Н. Ильченко.** — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 355 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19598-9. — Текст :

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/561167> (дата обращения: 15.11.2025).

5 **Куличкина, Г. В. Технологические основы социально-культурной деятельности. Масс-медиа : учебник для вузов / Г. В. Куличкина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07954-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/564952> (дата обращения: 15.11.2025).**

6 **Тулупов, В. В. Уроки журналистики : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Тулупов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 95 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14846-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/568190> (дата обращения: 15.11.2025).**

**в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**

7 **Журнал «Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.online-science.ru/>, свободный (дата обращения: 29.03.2025).**

8 **Журнал «Социологические исследования» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.isras.ru/>, свободный (дата обращения: 29.03.2025).**

9 **Aviation Explorer [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.aex.ru/>, свободный (дата обращения: 29.03.2024).**

10 **Федеральное агентство воздушного транспорта. Росавиация [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.favt.ru/>, свободный (дата обращения: 29.03.2025).**

11 **Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.gks.ru/>, свободный (дата обращения: 29.03.2025).**

**г) программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:**

12 **Консультант Плюс [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 29.03.2025).**

13 **Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный. (Дата обращения: 29.03.2025).**

**7 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

<p>Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин, практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы</p>	<p>Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения</p>	<p>Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)</p>
<p>Основы теории коммуникации</p>	<p><b>Ауд. 214</b> для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Комплект учебной мебели (50 мест)</li> <li>• Мультимедийный проектор Mitsubishi XD 490U</li> <li>• Ноутбук HP 15.6'</li> <li>• Экран Projecta ProStar 183*240</li> <li>• Доступ в сеть Интернет</li> </ul> <p><b>Ауд. 306</b> для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Комплект учебной мебели (28 мест)</li> <li>• Интерактивная панель Axe Tech Interactive Solutions 75'</li> <li>• Ноутбук HP 15.6'</li> <li>• Доступ в сеть Интернет</li> </ul>	<p>196210, г. Санкт- Петербург, ул. Пилотов, дом 38, лит. А</p>

## 8 Образовательные и информационные технологии

Дисциплина «Теория и практика массмедиа» предполагает использование следующих образовательных технологий: входной контроль, лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента.

**Входной контроль** проводится преподавателем в начале изучения дисциплины с целью коррекции процесса усвоения обучающимися дидактических единиц при изучении базовых дисциплин.

**Традиционная лекция** составляет основу теоретического обучения в рамках дисциплины и направлена на систематизированное изложение накопленных и актуальных научных знаний. Лекция предназначена для раскрытия состояния и перспектив теории межличностной коммуникации в современных условиях. На лекции концентрируется внимание обучающихся на наиболее сложных и узловых вопросах, стимулируется их активная познавательная деятельность.

Ведущим методом в лекции выступает устное изложение учебного материала, который может сопровождаться одновременной демонстрацией слайдов, созданных в среде PowerPoint, при необходимости привлекаются открытые Интернет-ресурсы, а также демонстрационные и наглядно-иллюстрационные материалы.

**Интерактивные лекции** в форме проблемных лекций характеризуются освоением компетенций, которые реализуется в ходе решения определенной проблемы или группы проблем посредством механизма дискуссии. Проблемные лекции проводятся по всем темам дисциплины (трудоемкость – 14 академических часов). Интерактивная лекция может сопровождаться демонстрацией слайдов, созданных в среде PowerPoint, при необходимости привлекаются открытые Интернет-ресурсы, а также демонстрационные и наглядно иллюстрационные материалы.

**Практические занятия** по дисциплине проводятся в соответствии с учебно-тематическим планом по отдельным группам. Цель практических занятий – закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы, а также приобретение начальных практических навыков межличностной коммуникации. Семинар предназначен для более глубокого освоения и анализа тем, изучаемых в рамках данной дисциплины.

**Самостоятельная работа** студента (обучающегося) является составной частью учебной работы. Ее основной целью является формирование навыка самостоятельного приобретения знаний по некоторым не особо сложным вопросам теоретического курса, закрепление и углубление полученных знаний, самостоятельная работа со справочниками, периодическими изданиями и научно-популярной литературой, в том числе находящимися в глобальных компьютерных сетях. Самостоятельная работа подразумевает выполнение учебных заданий.

Все задания, выносимые на самостоятельную работу, выполняются студентом либо в конспекте, либо на отдельных листах формата А4 (по указанию преподавателя). Контроль выполнения заданий, выносимых на

самостоятельную работу, осуществляет преподаватель в рамках учебных часов, отведённых учебным планом на практическое занятие.

## **9 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

Фонд оценочных средств дисциплины «Теория и практика массмедиа» представляет собой комплекс методических и контрольных измерительных материалов, предназначенных для определения качества результатов обучения и уровня сформированности компетенций обучающихся в ходе освоения данной дисциплины. В свою очередь, задачами использования фонда оценочных средств является осуществление как текущего контроля успеваемости студентов, так и промежуточной аттестации в форме экзамена.

Фонд оценочных средств дисциплины «Теория и практика массмедиа» включает: устные опросы, тесты, дискуссии

*Устный опрос* проводится на каждом семинаре в течение 5-10 минут с целью контроля усвоения теоретического материала, изложенного на лекции. Перечень вопросов определяется вопросами, изученными на лекции (пункт 5.1).

*Тест* – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося (пункт 5.1.).

*Дискуссия* – целенаправленный и упорядоченный обмен идеями, суждениями, мнениями в группе ради формирования мнения каждым участником или поиска истины. Проводится в процессе проблемной лекции.

**Промежуточная аттестация** проводится в виде зачета, зачета с оценкой, экзамена в конце 3, 4 и 5 семестров и защиты курсовой работы.

Зачет, зачет с оценкой и экзамен позволяют оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины. Зачет, зачет с оценкой и экзамен предполагают ответы на теоретические вопросы.

К моменту сдачи зачета, зачета с оценкой и экзамена должны быть благополучно пройдены предыдущие формы контроля.

Методика формирования результирующей оценки в обязательном порядке учитывает посещаемость, активность студентов на занятиях, правильность ответов во время устных опросов, выполнение самостоятельных заданий.

### **9.1 Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов**

Применение балльно-рейтинговой системы предусмотрено.

## **9.2 Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Устный опрос оценивается следующим образом:

«зачтено»: обучающийся дает ответ на поставленный вопрос по существу и правильно отвечает на уточняющие вопросы;

«не зачтено»: обучающийся отказывается отвечать на поставленный вопрос, либо отвечает на него неверно и при формулировании дополнительных (вспомогательных) вопросов.

Дискуссия оценивается:

«зачтено»: обучающийся демонстрирует полное или частичное понимание проблемы;

«не зачтено»: обучающийся демонстрирует непонимание проблемы.

Тестирование оценивается:

Критерии оценки тестирования приведены в таблице.

Оценка	Правильно выполненных заданий в %	Примечание
5, «отлично»	80% и более	
4, «хорошо»	60% – 79%	
3, «удовлетворительно»	50% – 59%	пороговый – 50%
2, «неудовлетворительно»	менее 50%	

## **9.3 Темы курсовых работ по дисциплине**

### **Примерный перечень тем курсовых работ**

- 1 Права и обязанности журналиста, порядок аккредитации (на основе Федерального Закона «О средствах массовой информации»).
- 2 Отказ или отсрочка в предоставлении информации, ответственность за ущемление свободы массовой информации (на основе Федерального Закона «О средствах массовой информации»).
- 3 Социальное предназначение прессы.
- 4 Воспитательные, познавательные, организационные и пропагандистские функции журналистики.
- 5 Новые СМИ и изменение законодательства в области медиа.
- 6 Цифровые и традиционные СМИ: преимущества и недостатки.
- 7 Средства массовой коммуникации и средства массовой информации.

- 8 Политическая журналистика и предвыборные технологии (на примере выборов).
- 9 FM-радиостанции Санкт-Петербурга: методы завоевания аудитории.
- 10 Феномен корпоративного издания и многотиражная пресса.
- 11 Журналистские расследования в прессе и на телевидении в современной России.
- 12 Тема в журналистском произведении: выбор темы, ее разработка и реализация.
- 13 Сюжет и композиция в журналистском произведении.
- 14 Факт и новость в журналистском произведении.
- 15 Роль информационного агентства в современной журналистике (практическая часть – характеристика какого-либо одного агентства).
- 16 Заметка и хроника как жанры журналистского творчества.
- 17 Жанр интервью в современных СМИ.
- 18 Тема экологической безопасности в СМИ: природоохранные проблемы и пути их решения (сравнительный анализ на примере 1-2, или нескольких СМИ).
- 19 Темы экономики, финансов и бизнеса в современной прессе: проблемы авторской компетентности и качества журналистских материалов.
- 20 Участие журналистов в политических и PR-кампаниях: проблемы независимости и творческой этики.
- 21 Типы телевизионных программ: многообразие форм и методов ведения, особенности содержания.
- 22 Проблема ведущего на современном российском телевидении.
- 23 Газета «Комсомольская правда» как массовое издание.
- 24 Радиостанции FM-диапазона: общее и частное в практике вещания.
- 25 Задачи, функции и практика некоммерческого радиовещания (на примерах Радио России, радио «Маяк», радио «Петербург» и других).
- 26 Лексика и стиль современной прессы (на примере любых периодических офлайн- и онлайн-изданий, программ телевидения и радио).
- 27 Общественно-политическая газета вчера и сегодня: назначение, идеология, редакционная политика.
- 28 Современная молодежная пресса: основные темы, стилевые особенности, лексика, формы подачи материалов (сравнительный анализ двух или нескольких офлайн- или онлайн-изданий).
- 29 Современные женские издания: основные темы, стилевые особенности, лексика, формы подачи материалов (сравнительный анализ двух или нескольких офлайн- или онлайн-изданий).
- 30 Деловые медиа: стилевые особенности, лексика, тематика и содержание.
- 31 Информационные программы на телевидении: манера ведения, жанровые особенности, репортажная насыщенность, прямые включения (сравнительный анализ на примерах любых информационных программ).

32 Средства массовой информации о событиях в «горячих точках»; требования, предъявляемые к работе журналиста в экстремальных ситуациях и в условиях боевых действий, принципы нейтралитета и гуманности.

33 Освещение вопросов социальной защиты в современной журналистике.

34 Видные российские журналисты дореволюционного периода (на примере деятельности какого-либо журналиста).

35 Пресс-конференция и брифинг: сходство и различие.

36 Этика во взаимоотношениях с журналистами.

37 Особенности использования средств массовой коммуникации в кризисных коммуникациях.

38 Критерии эффективности взаимоотношений PR-структур со СМИ.

39 Трансформация медиарынка под влиянием цифровых платформ: вызовы и возможности.

40 Экономические модели современных СМИ: от подписки к фриуму и донатам.

41 Роль агрегаторов новостей в формировании информационной повестки.

42 Медиахолдинги в России: структура, стратегии, влияние на контент.

43 Нишевые медиа как альтернатива массовым СМИ: анализ успешных проектов

44 Telegram-каналы как альтернативный источник новостей: доверие и верификация.

45 Кросс-медийные стратегии СМИ в эпоху соцсетей: лучшие практики.

46 Мемы как инструмент медиакommunikации: функции и эффективность.

47 Сторителлинг в современной журналистике: приёмы и эффекты.

48 Data-журналистика: методы визуализации данных в российских СМИ.

49 Подкастинг как формат медиа: жанровые особенности и аудитория.

50 Репортаж в цифровую эпоху: трансформация жанра.

51 Фактчекинг в российских медиа: инструменты и кейсы.

52 Феномен «усталости от новостей»: причины и способы преодоления.

53 Эффект «пузыря фильтров» в персонализированных медиа.

54 Восприятие фейков: когнитивные искажения и медиаграмотность.

55 Эмоциональный контент в СМИ: влияние на вовлечённость аудитории.

56 Медиапотребление в условиях информационного перегруза: стратегии адаптации.

57 Право на забвение в цифровой среде: противоречия и практика применения.

- 58 Этические коллизии в освещении чувствительных тем (катастрофы, насилие).
- 59 Авторское право в эпоху репостов: проблемы и решения.
- 60 Блокчейн для верификации новостей: перспективы и ограничения.
- 61 Автоматизированная журналистика: границы применения и риски.
- 62 Метавселенные как новая медиасреда: первые эксперименты.
- 63 Локальные медиа в эпоху глобализации: стратегии выживания.
- 64 Особенности медиаландшафта в странах БРИКС: сравнительный анализ.
- 65 Трансграничные информационные кампании: механизмы и эффекты.
- 66 Этническая журналистика в многонациональной России: вызовы и практики.
- 67 Медиа в условиях санкций: адаптация российских СМИ.
- 68 Научные коммуникации в СМИ: популяризация vs искажение.
- 69 Спортивные медиа: эволюция форматов в digital-эпоху.
- 70 Экологическая журналистика: от страшилок к конструктивному диалогу.
- 71 Бизнес-медиа в России: специфика контента и аудитории.
- 72 Культурные медиа: роль в формировании эстетических предпочтений.
- 73 Бортовой журнал авиакомпании как внешнее корпоративное издание.

#### **9.4 Контрольные вопросы для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечивающим дисциплинам**

*«Введение в коммуникационные специальности»*

Виды маркетинговых коммуникаций

Интегрированные коммуникации и интегрированные маркетинговые коммуникации

Реклама и связи с общественностью как неличные формы коммуникации

*«Теория и практика связей с общественностью в авиабизнесе»*

Основные направления PR-деятельности

Организация специальных мероприятий

Медиарилейшнз

*«Основы теории коммуникации»*

Коммуникация: понятие и особенности

Типы коммуникации

Социальная коммуникация

## 9.5 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенции	Показатели оценивания  (индикаторы достижения) компетенций	Критерии оценивания
<b>I этап</b>		
<b>ПК-3</b>	<p>ИД<sup>1</sup><sub>ПК-3</sub></p> <p>ИД<sub>2ПК-3</sub></p>	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику различных каналов коммуникации (печатные СМИ, телевидение, радио, интернет-медиа, социальные сети) и их влияние на формат и стиль текстов;</li> <li>- принципы создания информационных поводов (инфоповодов) и их роль в продвижении брендов и проектов, методы генерации идей для инфоповодов, включая анализ трендов, событий и потребностей аудитории;</li> <li>- стратегии и тактики планирования коммуникационных проектов и специальных мероприятий, особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры, знает технологии медиарилейшнз и медиапланирования, основные технологии копирайтинга.</li> </ul> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выполнять поиск необходимой информации, её критический анализ и обобщать результаты анализа для решения поставленной задачи;</li> <li>- адаптировать тексты под целевую аудиторию и выбранный канал коммуникации, использовать креативные решения и современные технологии для повышения эффективности текстов, анализировать эффективность созданных текстов с учётом обратной связи и метрик;</li> <li>- выявлять актуальные темы и события, которые могут стать основой для информационных поводов, адаптировать инфоповоды под разные форматы (пресс-конференции, конкурсы, коллаборации, исследования и т. д.), оценивать потенциал инфоповодов с точки зрения их вовлечения аудитории и влияния на репутацию бренда.</li> </ul>

II этап		
<b>ПК-3</b>	ИД <sup>1</sup> <sub>ПК-3</sub>  ИД <sub>ПК-3</sub> <sup>2</sup>	<p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять техники сторителлинга, геймификации, визуализации в текстовом контенте; использовать аналитические инструменты для оценки эффективности текстов (соцсети, email-сервисы, веб-аналитика);</li> <li>- выявлять и формулировать инфоповоды на базе внутренних событий, отраслевых трендов, календарных дат; превращать рутинные процессы и данные в новостные сообщения; разрабатывать креативные концепции инфоповодов с учётом аудитории и канала.</li> </ul> <p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками редактирования и коррекции текстов с учётом технологических требований каналов трансляции, инструментами для анализа аудитории и выбора оптимальных стратегий коммуникации, опытом работы с информационными поводами и их интеграции в тексты для усиления воздействия на аудиторию;</li> <li>- методами анализа эффективности инфоповодов и корректировки стратегий в процессе кампании, опытом работы с партнёрами и СМИ для продвижения инфоповодов, инструментами для мониторинга медиaprостранства и выявления потенциальных инфоповодов;</li> <li>- тактиками планирования кампаний в рамках реализации коммуникационной стратегии, технологиями медиарилейшнз, копирайтинга в онлайн- и офлайн-среде.</li> </ul>

### **Шкала оценивания при проведении промежуточной аттестации**

**«Отлично»** ставится, если обучающийся демонстрирует глубокие знания в области рассматриваемой темы и умение уверенно применять их на практике при решении ситуационных задач. Отвечая на вопрос, приводит примеры, аргументирует собственную позицию. Излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

**«Хорошо»** ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

**«Удовлетворительно»** ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести собственные примеры; излагает материал непоследовательно и допускает незначительные речевые ошибки.

«*Неудовлетворительно*» ставится, если обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажает их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

«*Зачтено*» ставится, если обучающийся демонстрирует знание основных положений вопроса и умение применять их на практике при решении ситуационных задач (самостоятельно либо с помощью преподавателя); излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка (допускаются речевые ошибки).

«*Не зачтено*» ставится, если обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажает их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

## **9.6 Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам обучения по дисциплине**

### **9.6.1 Примерные контрольные задания для проведения текущего контроля успеваемости**

#### **Примерный перечень вопросов для проведения устного опроса**

##### **3 семестр**

#### **Тема 1. Понятия и термины современной науки о журналистике и СМИ**

##### *Вопросы*

- 1 Основные понятия и термины современной науки о журналистике.
- 2 Процесс массовой коммуникации и СМИ.
- 3 Особенности терминологии в области цифровых СМИ.

#### **Тема 2. Массовая информация как ключевая категория в сфере масс медиа**

##### *Вопросы*

- 1 Природа и сущность информации.
- 2 Атрибутивные, прагматические и динамические свойства информации.
- 3 Массовая информация как вид социальной информации.

#### **Тема 3. Социальное предназначение журналистики**

##### *Вопросы*

- 1 Журналистика как фактор социального управления.
- 2 Журналистика как социальный институт и как институт гражданского общества.

3 Роль СМИ и журналистики как сферы деятельности в жизни современного общества.

#### **Тема 4. Общественно-политические аспекты деятельности СМИ**

##### *Вопросы*

- 1 Характер и пределы властных возможностей СМИ.
- 2 Информационная политика средства массовой информации.
- 3 Этические аспекты участия журналиста в политической и общественной жизни.

#### **Тема 5. Функции журналистики**

##### *Вопросы*

- 1 Функции журналистики по С. Корконосенко.
- 2 Функции журналистики по Е. Прохорову. Коммуникативная, идеологическая и культурно-просветительская функции.
- 3 Монофункциональный и полифункциональный текст.

#### **Тема 6. Коммуникативная функция как исходная функция журналистики**

##### *Вопросы*

- 1 Особенности установления контакта между журналистом и аудиторией СМИ.
- 2 Вербальная и невербальная коммуникация в среде массмедиа.
- 3 Особенности применения универсальной формулы построения коммуникации Лассуэла в деятельности журналиста.

#### **Тема 7. Современные теории и концепции журналистики**

##### *Вопросы*

- 1 Концепция «четыре теории прессы» Ф. Сиберта, Т. Петерсона и У. Шрамма.
- 2 Концепция «четвертой власти» У. Росту, Д. Белла и Э. Багерстама.
- 3 Манипуляция сознанием аудитории СМИ. Г. Шиллер: 5 основных мифов манипуляции сознанием.

### **4 семестр**

#### **Тема 1. Предпосылки возникновения журналистики как сферы деятельности**

##### *Вопросы*

- 1 Влияние социальных, культурных, экономических и политических факторов на формирование регулярного процесса распространения информации.
- 2 Информация и коммуникация в контексте дописьменной культуры.
- 3 Функция знака в древности.

## **Тема 2. Устные и письменные формы коммуникации в Древнем мире и европейском Средневековье**

### *Вопросы*

- 1 Устные и письменные тексты в античной Греции и Древнем Риме.
- 2 Ораторское мастерство как прообраз публицистики.
- 3 Феномен протогазеты в Древнем Риме: «Acta Senatus», «Acta diurna populi Romani», «Commentarius rerum novarum».

## **Тема 3. Становление и развитие зарубежной периодической печати в XVII-XVIII веках**

### *Вопросы*

- 1 Особенности развития коммуникации в условиях западноевропейского средневековья.
- 2 Изобретение книгопечатания как поворотный пункт в истории журналистики.
- 3 Возникновение и развитие различных типов периодических изданий в Европе.

## **Тема 4. Зарубежная периодическая печать в XIX веке**

### *Вопросы*

- 1 Становление международной коммуникации.
- 2 Формирование элитной и массовой прессы: издатели и журналисты в борьбе за аудиторию.
- 3 Первые газетные монополии.

## **Тема 5. Становление и развитие российской периодической печати в XVII-XVIII веках**

### *Вопросы*

- 1 «Вести-Куранты» (1600–1702) как прообраз газеты. Источники информации.
- 2 Журналистика 1730–50-х гг. Академия наук как издатель и цензор.
- 3 М.В. Ломоносов как публицист и редактор.

## **Тема 6. Российская периодическая печать в XIX веке**

### *Вопросы*

- 1 Русская журналистика в период Отечественной войны 1812 года.
- 2 Журналистика 1870–80-х годов.
- 3 Журналисты и издатели конца XIX – начала XX века и их роль в развитии типологии русской периодики.

## **Тема 7. Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки в первой половине XX века**

### *Вопросы*

- 1 Индустриализация газетно-журнального производства.

- 2 Радиовещание и телевидение как новые каналы СМИ.
- 3 Журналистика стран Запада и Востока в годы второй Мировой войны.

**Тема 8. Журналистика России и русского зарубежья в 1900-1945 годах**

*Вопросы*

- 1 Гражданская война и журналистика.
- 2 Журналистика русского зарубежья.
- 3 Журналистика в годы первой пятилетки (1928–1932 гг.).

**Тема 9. Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки во второй половине XX века**

*Вопросы*

- 1 Политические аспекты развития журналистики в 1945-1980гг.
- 2 Транснациональные медиа-корпорации.
- 3 Развитие средств передачи и распространения информации в начале XXI века.

**Тема 10. Развитие системы массмедиа России во второй половине XX века**

*Вопросы*

- 1 Средства массовой информации в 1954–64 годах.
- 2 Перестройка и журналистика.
- 3 Журналистика и Интернет в 1990-е гг.

**Тема 11. Массмедиа в России и за рубежом в 2000-2025 годах**

*Вопросы*

- 1 Массмедиа в рамках формирования постиндустриального информационного общества.
- 2 Применение интернет-технологий в деятельности СМИ.
- 3 Развитие блогосферы.

**Тема 12. Система СМИ в современном мире**

*Вопросы*

- 1 Средства массовой информации в мировом информационном пространстве.
- 2 Цифровая революция в журналистике.
- 3 Трансформация инфраструктуры современных средств массовой информации: информационные агентства и службы, пресс-службы, пресс-центры и службы связей с общественностью.

**Тема 13. Особенности периодической печати, радио и телевидения**

*Вопросы*

1 Периодическая печать, радио и телевидение как традиционные компоненты системы СМИ.

2 Выразительные средства радио и телевидения как СМИ.

3 Роль рекламы в деятельности печатных и электронных СМИ.

#### **Тема 14. Типология СМИ: основные принципы и особенности**

##### *Вопросы*

1 Главные принципы деления в рамках типологии журналистики.

2 Типологические характеристики современных газет, журналов и альманахов.

3 Типологические особенности деловой прессы.

#### **Тема 15. Газета как тип издания**

##### *Вопросы*

1 Пять основных типологических признаков газеты.

2 Общенациональные, надрегиональные, региональные и местные газеты.

3 Традиции советской системы СМИ в деятельности современных российских газет.

#### **Тема 16. Журнал как тип издания**

##### *Вопросы*

1 Дифференциация периодических изданий журнального типа.

2 Глянцевые журналы как феномен журналистики второй половины XX века.

3 Отраслевые журналы и их перспективы в рамках постиндустриального информационного общества.

#### **Тема 17. Качественные и массовые издания**

##### *Вопросы*

1 Основные типологические признаки качественной газеты.

2 Формат, объем, структура массовой прессы.

3 «Желтая» пресса как тип массовой газеты.

#### **Тема 18. Развитие СМИ в условиях постиндустриального информационного общества**

##### *Вопросы*

1 Влияние концепций постиндустриального и информационного общества на деятельность СМИ.

2 Информационное воздействие на сознание аудитории.

3 Информация как средство достижения цели и восприятие информации как конечной цели в условиях информационного общества.

#### **5 семестр**

## **Тема 1. Экономические аспекты функционирования СМИ**

### *Вопросы*

- 1 Журналистская информация как товар.
- 2 Основы редакционно-издательского маркетинга и финансовая политика редакции.
- 3 Поиск оптимальной финансовой модели СМИ.

## **Тема 2. Редакция как производственное учреждение.**

### *Вопросы*

- 1 Редакция газеты как производственно-творческая структура.
- 2 Система управления редакционным коллективом.
- 3 Инструментарий современного журналиста.

## **Тема 3. Маркетинг и менеджмент в сфере массмедиа**

### *Вопросы*

- 1 Служба маркетинга в редакции СМИ.
- 2 Современный менеджмент и СМИ.
- 3 Виды и формы распространения печатного периодического издания.

## **Тема 4. Журналистика как область творческой деятельности**

### *Вопросы*

- 1 Журналист как творческая личность.
- 2 Научный, художественный и публицистический виды творчества и их презентация СМИ в повседневной практике.
- 3 Содержание и форма в публицистическом творчестве.

## **Тема 5. Методы сбора информации в журналистике**

### *Вопросы*

- 1 Эмпирические методы сбора информации.
- 2 Эмпирико-теоретические методы сбора информации в журналистике.
- 3 Краудсорсинг и RSS-каналы как новые методы сбора информации в журналистике.

## **Тема 6. Использование информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров в прессе, на радио и телевидении**

### *Вопросы*

- 1 Информационные жанры: общая характеристика.
- 2 Аналитические жанры: общая характеристика.
- 3 Художественно-публицистические жанры: общая характеристика.

## **Тема 7. Массово-информационное право и этика журналиста**

### *Вопросы*

- 1 Законодательство России о СМИ и концепция свободы печати.

2 Соответствие норм российской Конституции о свободе информации документам ООН и Совета Европы.

3 Разграничение полномочий в сфере массовой информации между федеральными и местными органами власти.

### **Тема 8. Закон РФ «О средствах массовой информации»**

#### *Вопросы*

1 Закон РФ «О средствах массовой информации» (1991 г.): общая характеристика.

2 Основные понятия, используемые в законе.

3 Редакция, журналист, издатель, распространитель, их взаимные права и обязанности.

### **Тема 9. Этика журналиста**

#### *Вопросы*

1 Этика профессиональная и служебная как важнейший момент профессионального становления.

2 Кодекс профессиональной этики российского журналиста как концентрация профессионально-этических основ журналистской деятельности.

3 Журналист и источники информации.

### **Тема 10. Техника и технология СМИ**

#### *Вопросы*

1 Материально-технические средства производства периодических изданий.

2 Компьютерные технологии в полиграфическом производстве.

3 Современные настольные издательские системы.

### **Тема 11. Особенности организации редакционных процессов в СМИ**

#### *Вопросы*

1 Организация редакционных процессов при выпуске печатных СМИ.

2 Технические средства печатных СМИ, радиовещания и телевидения.

3 Организация работы ньюсрума на телевидении.

### **Тема 12. Технические аспекты деятельности цифровых СМИ**

#### *Вопросы*

1 Процессы интеграции и конвергенции в рамках деятельности цифровых СМИ.

2 Мультиплатформенность и мультиканальность.

3 Организация работы мультимедийной редакции.

### **Примерный перечень тестовых заданий:**

#### **3 семестр**

## **Тема 1. Понятия и термины современной науки о журналистике и СМИ**

### **Закрытые вопросы:**

**1 Какое из определений наиболее точно раскрывает суть понятия «массовая коммуникация»?**

- а) обмен информацией между двумя людьми в личной беседе;
- б) процесс передачи информации от источника к большой, рассредоточенной аудитории через специальные технические средства;
- в) передача данных внутри закрытой корпоративной сети;
- г) общение в малых группах по интересам.

**2 Что является ключевым отличием «средств массовой информации» (СМИ) от «средств массовой коммуникации» (СМК)?**

- а) СМИ - только печатные издания, СМК - только электронные медиа;
- б) СМИ фокусируются на производстве и распространении информации, СМК включают также каналы и технологии передачи;
- в) это синонимичные понятия, разница лишь в терминологической традиции;
- г) СМК регулируют контент, а СМИ лишь транслируют.

**3 Какой из перечисленных признаков НЕ относится к характеристикам массовой информации?**

- а) публичность и открытость;
- б) периодичность распространения;
- в) адресованность узкому кругу экспертов;
- г) социальная значимость содержания.

**4 Что отличает журнал от газеты как тип СМИ?**

- а) более частая периодичность выхода;
- б) преобладание оперативных новостей;
- в) углублённый анализ тем, тематическая специализация, длительный срок хранения;
- г) отсутствие авторской позиции в материалах.

**5 Какой термин описывает процесс проверки и подтверждения достоверности информации перед публикацией?**

- а) агрегация;
- б) фактчекинг;
- в) рерайт;
- г) модерация.

**6 Какой термин обозначает целенаправленное искажение информации для воздействия на общественное мнение?**

- а) инфографика;
- б) пропаганда;
- в) журналистика данных;
- г) сторителлинг.

**Открытые вопросы:**

**7 Суть системы отношений «журналист-аудитория» состоит в том, что**

---

**8 «Медиаконтент» в контексте цифровых СМИ – это \_\_\_\_\_**

**9 «Информационный повод» в журналистике – это \_\_\_\_\_**

**Задание на соответствие:**

**10 Соотнесите термин и его краткое определение**

**Термины:**

- 1. Медиатекст
- 2. Контент
- 3. Ньюсмейкер
- 4. Медиаплатформа
- 5. Фактчекинг

**Определения:**

- А. Лицо или организация, чьи действия или заявления становятся поводом для новости.
- Б. Любой информационный материал, размещаемый в медиа (текст, видео, аудио, графика).
- В. Текст, созданный для публикации в средствах массовой информации.
- Г. Процесс проверки достоверности информации перед публикацией.
- Д. Канал или сервис, через который распространяется медиаконтент (сайт, соцсеть, приложение и т.п.).

*Ответ:* А — \_\_, Б — \_\_, В — \_\_, Г — \_\_ Д — \_\_.

**Тема 2. Массовая информация как ключевая категория в сфере масс медиа**

**Закрытые вопросы:**

**1 Какое из определений наиболее полно отражает сущность понятия «информация» в медиакommunikациях?**

- а) любые данные, зафиксированные на материальном носителе;
- б) сведения, уменьшающие неопределённость знаний об окружающем мире и

- передаваемые через каналы коммуникации;
- в) только официальные сообщения государственных институтов;
  - г) исключительно цифровые данные в интернете.

**2 К каким свойствам информации относятся её объективность, достоверность и полнота?**

- а) динамические;
- б) прагматические;
- в) атрибутивные;
- г) семантические.

**3 Что характеризует прагматические свойства информации?**

- а) физические параметры носителя (формат, объём, скорость передачи);
- б) ценность, полезность и актуальность для конкретного потребителя;
- в) неизменность содержания при копировании;
- г) математическая структура данных.

**4 Какое свойство относится к динамическим характеристикам информации?**

- а) неизменность во времени;
- б) способность устаревать и терять актуальность;
- в) независимость от канала передачи;
- г) однозначность интерпретации.

**5 Что понимается под «информационными потребностями аудитории» в медиаисследованиях?**

- а) желание получать только развлекательные материалы;
- б) объективная необходимость в сведениях, позволяющих ориентироваться в социальной среде и принимать решения;
- в) требование к СМИ публиковать исключительно позитивные новости;
- г) потребность в максимально большом объёме данных без отбора.

**6 Какой фактор НЕ влияет на формирование информационных потребностей аудитории?**

- а) социально-демографические характеристики (возраст, образование, профессия);
- б) актуальные события и проблемы общества;
- в) исключительно технические возможности устройств доступа к информации;
- г) культурные и ценностные установки.

**7 Что означает термин «информационный шум» в контексте СМИ?**

- а) технические помехи при трансляции радио- и телесигналов;
- б) избыток нерелевантной, недостоверной или дублирующей информации, затрудняющий поиск значимых сведений;

- в) намеренное умолчание о важных событиях;
- г) отсутствие новостных материалов в медиа.

### Открытые вопросы:

**8 В основе отбора массовой информации для публикации в СМИ лежит принцип\_\_\_\_\_**

**9 Ключевое отличие массовой информации от других видов социальной информации состоит в том, что \_\_\_\_\_**

### Задание на соответствие:

**10 Соотнесите признак массовой информации с его описанием**

#### Признаки:

1. Массовость
2. Периодичность
3. Публичность
4. Актуальность
5. Доступность

#### Описания:

А. Информация адресована не индивидуальному потребителю, а широким социальным группам.

Б. Материалы выходят с определённой регулярностью (ежедневно, еженедельно и т.п.).

В. Информация не имеет ограничений по кругу лиц; её может получить любой желающий.

Г. Сведения соответствуют текущему моменту, отвечают на запросы аудитории «здесь и сейчас».

Д. Информация распространяется в открытом режиме, без закрытого доступа или персональной адресации.

*Ответ:* А — \_\_, Б — \_\_, В — \_\_, Г — \_\_ Д — \_\_.

### Тема 3. Социальное предназначение журналистики

#### Закрытые вопросы:

**1 В чём заключается ключевая социальная функция журналистики?**

- а) развлечение аудитории и заполнение досуга;
- б) информирование общества, формирование общественного мнения и контроль за властью;
- в) продвижение коммерческих интересов бизнеса;
- г) трансляция исключительно официальных позиций государства.

## **2 Почему журналистику рассматривают как социальный институт?**

- а) потому что она имеет формальные нормы, профессиональные стандарты и устойчивые практики;
- б) потому что все журналисты имеют высшее образование;
- в) потому что СМИ всегда финансируются государством;
- г) потому что журналистика не подвержена изменениям.

## **3 Какую роль играет журналистика в гражданском обществе?**

- а) исключительно информационную — передаёт факты без анализа;
- б) посредническую — обеспечивает диалог между гражданами, институтами и властью;
- в) контролирующую — заменяет правоохранительные органы;
- г) пропагандистскую — продвигает одну идеологию.

## **4 Что означает понятие «четвёртая власть» применительно к журналистике?**

- а) СМИ обладают теми же властными полномочиями, что и ветви государственной власти;
- б) журналистика выполняет функцию общественного контроля и влияния на принятие решений;
- в) журналисты могут отменять законы;
- г) СМИ управляют экономикой страны.

## **5 Какой из перечисленных принципов НЕ относится к базовым социальным принципам журналистики?**

- а) объективность и достоверность;
- б) плюрализм мнений;
- в) ангажированность в интересах одной группы;
- г) социальная ответственность.

## **6 Как журналистика участвует в социальном управлении?**

- а) напрямую принимает управленческие решения;
- б) формирует информационную повестку, влияет на общественное мнение и стимулирует дискуссии;
- в) заменяет функции законодательных органов;
- г) ограничивается хроникальной фиксацией событий.

## **7 В чём проявляется «эффект повестки дня» (agenda-setting) журналистики?**

- а) СМИ полностью манипулируют сознанием аудитории;
- б) журналистика определяет, какие темы общество считает важными, влияя на приоритеты обсуждения;
- в) СМИ публикуют только то, что хочет власть;
- г) аудитория сама формирует повестку без участия СМИ.

## **8 Какова роль журналистики в предотвращении социальных конфликтов?**

- а) замалчивать проблемы, чтобы не провоцировать напряжённость;
- б) объективно освещать причины и последствия конфликтов, способствовать диалогу;
- в) поддерживать одну из конфликтующих сторон;
- г) игнорировать локальные конфликты в пользу глобальных тем.

## **9 Что означает принцип «социальной ответственности» журналистики?**

- а) СМИ должны угождать всем группам аудитории одновременно;
- б) журналисты обязаны учитывать последствия публикаций для общества и избегать вреда;
- в) редакция должна подчиняться требованиям рекламодателей;
- г) журналисты не несут ответственности за публикуемую информацию.

### **Задание на соответствие:**

## **10 Соотнесите функцию массовой информации с её особенностями**

### **Функции:**

1. Информационная
2. Регулятивная
3. Культурно-просветительская
4. Развлекательная
5. Интегративная

### **Особенности:**

- А. Способствует объединению общества, формированию общего информационного пространства.
- Б. Сообщает о событиях, фактах, явлениях, отвечая на запрос аудитории о знании происходящего.
- В. Влияет на нормы, ценности, поведение, помогая регулировать социальные процессы.
- Г. Расширяет кругозор, знакомит с достижениями культуры, науки, искусства.
- Д. Снижает психоэмоциональную нагрузку, предлагает досуг и отдых.

*Ответ:* А — \_\_, Б — \_\_, В — \_\_, Г — \_\_ Д — \_\_.

## **Тема 4. Общественно-политические аспекты деятельности СМИ**

### **Закрытые вопросы:**

## **1 В чём заключается основное властное влияние СМИ в современном обществе?**

- а) прямое принятие законодательных решений;
- б) формирование общественного мнения и повестки дня;

- в) право на применение силовых мер;
- г) контроль над распределением бюджетных средств.

**2 Какой принцип должен лежать в основе информационной политики СМИ в демократическом обществе?**

- а) безоговорочная поддержка действующей власти;
- б) плюрализм мнений и предоставление различных точек зрения;
- в) приоритет интересов крупного бизнеса;
- г) пропаганда одной идеологии.

**3 Какая роль журналиста в политическом процессе считается этически приемлемой?**

- а) личный участник политических акций и партийной деятельности;
- б) беспристрастный наблюдатель и информатор о политических событиях;
- в) пропагандист интересов определённой политической силы;
- г) организатор политических кампаний.

**4 Что входит в понятие «политическая культура журналиста»?**

- а) личная приверженность определённой партии;
- б) знание политических процессов, норм и этических стандартов профессии;
- в) умение манипулировать общественным мнением;
- г) отказ от освещения политических тем.

**5 Какой этический принцип особенно важен при освещении острых политических конфликтов?**

- а) поддержка одной из сторон для достижения справедливости;
- б) соблюдение баланса, проверка фактов и избегание разжигания вражды;
- в) публикация любых заявлений без проверки;
- г) замалчивание конфликта.

**6 В каких случаях допустимо ограничение свободы СМИ в демократическом государстве?**

- а) при критике правительства;
- б) в целях предотвращения разжигания межнациональной розни и насилия;
- в) при публикации негативных экономических прогнозов;
- г) по желанию большинства населения.

**7 Какова роль СМИ в избирательном процессе?**

- а) агитация за конкретных кандидатов;
- б) информирование избирателей, обеспечение равных условий доступа к эфиру, контроль за соблюдением норм;
- в) определение победителя выборов;
- г) игнорирование предвыборной кампании.

### Открытые вопросы:

8 «Информационная война» в контексте деятельности СМИ – это

---

9 «Медиатизация политики» - это \_\_\_\_\_

### Задание на соответствие:

10 Соотнесите тип СМИ с его спецификой в политическом процессе

#### Типы СМИ:

1. Государственные СМИ
2. Независимые СМИ
3. Партийные СМИ
4. Локальные (региональные) СМИ
5. Социальные медиа

#### Специфика:

А. Отражают позицию конкретной политической силы, служат инструментом партийной агитации.

Б. Освещают местные проблемы и инициативы, влияют на региональную повестку и доверие к властям на местах.

В. Выполняют функцию официального канала коммуникации власти, транслируют государственную точку зрения.

Г. Предлагают альтернативную точку зрения, критически анализируют действия власти, защищают общественные интересы.

Д. Обеспечивают мгновенное распространение информации и мнений, формируют «повестку дня» через репосты и обсуждения.

Ответ: А — \_\_, Б — \_\_, В — \_\_, Г — \_\_ Д — \_\_.

### Тема 5. Функции журналистики

#### Закрытые вопросы:

1 Какая из функций, по С. Корконосенко, отражает роль журналистики как «канала общения» между обществом и властью, группами и индивидами?

- а) идеологическая;
- б) коммуникативная;
- в) рекреативная;
- г) экономическая.

2 Какую функцию Е. Прохоров выделяет как ключевую для формирования мировоззрения и ценностных ориентаций аудитории?

- а) организаторскую;
- б) идеологическую (мировоззренческую);
- в) контрольно-аналитическую;
- г) рекламно-справочную.

**3 В чём проявляется культурно-просветительская функция журналистики?**

- а) в трансляции развлекательного контента;
- б) в популяризации знаний, норм культуры, языков, традиций, формировании эстетических вкусов;
- в) в рекламе образовательных услуг;
- г) в публикации официальных образовательных стандартов.

**4 Что относится к методологическим функциям журналистики (по Е. Прохорову)?**

- а) сбор и распространение новостей;
- б) анализ, интерпретация, прогнозирование, моделирование ситуаций;
- в) организация массовых мероприятий;
- г) техническая верстка и дизайн публикаций.

**5 Какой текст можно назвать монофункциональным?**

- а) материал, реализующий одновременно информационную, аналитическую и развлекательную функции;
- б) заметка, выполняющая преимущественно одну функцию (например, оперативное информирование);
- в) статья с множеством гиперссылок и мультимедиа;
- г) текст, написанный в разных стилистических регистрах.

**6 Как проявляется взаимодействие функций журналистики в аналитической статье?**

- а) только передача фактов без комментариев;
- б) сочетание информационной функции (сообщение о событии) с аналитической (объяснение причин, прогнозирование) и идеологической (формирование оценки);
- в) исключительно развлекательная подача;
- г) повторение официальных заявлений без обработки.

**7 Какая функция отвечает за мобилизацию аудитории на конкретные действия (участие в акциях, голосованиях и т. п.)?**

- а) рекреативная;
- б) организаторская;
- в) рекламная;
- г) коммуникативная.

## Открытые вопросы:

8 Функциями журналистики в научной традиции называют \_\_\_\_\_

9 «Полифункциональность» журналистского текста означает, \_\_\_\_\_ что

---

## Задание на соответствие:

10 Соотнесите этап жизненного цикла массовой информации с действием

### Этапы:

1. Создание
2. Распространение
3. Восприятие
4. Интерпретация
5. Обратная связь

### Действия:

А. Аудитория осмысливает информацию, соотносит с собственным опытом, формирует мнение.

Б. Журналисты, редакторы, авторы готовят материалы (пишут, снимают, монтируют).

В. Читатели, зрители, слушатели знакомятся с материалом, усваивают содержание.

Г. СМИ доставляют контент до аудитории через каналы трансляции (эфир, сайт, печать).

Д. Аудитория реагирует: комментирует, делится, оценивает, участвует в дискуссиях.

Ответ: А — \_\_, Б — \_\_, В — \_\_, Г — \_\_ Д — \_\_.

## Тема 6. Коммуникативная функция как исходная функция журналистики

### Закрытые вопросы:

1 Почему коммуникативную функцию считают исходной для журналистики?

а) потому что журналистика возникла как способ передачи любых сообщений без цели воздействия;

б) потому что первичная задача СМИ — установить контакт с аудиторией и обеспечить обмен информацией;

в) потому что журналисты изначально занимались только личными переписками;

г) потому что коммуникативная функция исключает аналитику и оценку.

## **2 Какова главная цель коммуникации в журналистике?**

- а) максимально развлечь аудиторию;
- б) передать информацию, обеспечить понимание и сформировать общую информационную базу общества;
- в) скрыть часть сведений под видом открытого сообщения;
- г) продемонстрировать эрудицию автора.

## **3 Что в журналистике относится к средствам вербальной коммуникации?**

- а) жесты и мимика ведущего;
- б) письменный и устный текст (слова, предложения, заголовки, подписи);
- в) цветовая гамма дизайна издания;
- г) музыкальное сопровождение видео.

## **4 Какие элементы составляют невербальную коммуникацию в массмедиа?**

- а) только интонация и темп речи;
- б) изображения, инфографика, видеоряд, монтаж, цветовое решение, шрифты, паузы, жесты, мимика;
- в) исключительно субтитры и подписи;
- г) только логотипы и фирменные стили.

## **5 Какая формула коммуникации наиболее применима к журналистской практике?**

- а) формула Шеннона-Уивера (источник → канал → приёмник);
- б) формула Лассуэла: *Кто? говорит Что? по какому Каналу? Кому? с каким Эффектом?*;
- в) формула Ньюкома (равновесие в треугольнике «коммуникатор – реципиент – объект»);
- г) формула Гербнера (восприятие → трансляция → реакция).

## **6 Что в формуле Лассуэла соответствует понятию «Кто?» применительно к журналистике?**

- а) читатель или зритель;
- б) журналист, редакция, медиаорганизация как источник сообщения;
- в) рекламный баннер;
- г) техническое оборудование студии.

## **7 Что означает компонент «с каким Эффектом?» в журналистской коммуникации?**

- а) исключительно количество просмотров и лайков;
- б) достигнутый результат: понимание, изменение мнения, мотивация к действию, формирование повестки;
- в) громкость звука в эфире;
- г) число использованных слов в тексте.

### Открытые вопросы:

8 Для журналиста важно учитывать канал коммуникации (компонент «по какому каналу?») потому, что \_\_\_\_\_

9 Журналист устанавливает первичный контакт с аудиторией при помощи \_\_\_\_\_

### Задание на соответствие:

10 Соотнесите функцию массовой информации с её содержанием

#### Функции:

1. Информационная
2. Регулятивная
3. Культурно-просветительская
4. Развлекательная
5. Интегративная

#### Содержание:

А. Способствует объединению общества, формированию общего информационного пространства.

Б. Сообщает о событиях, фактах, явлениях, отвечая на запрос аудитории о знании происходящего.

В. Влияет на нормы, ценности, поведение, помогая регулировать социальные процессы.

Г. Расширяет кругозор, знакомит с достижениями культуры, науки, искусства.

Д. Снижает психоэмоциональную нагрузку, предлагает досуг и отдых.

Ответ: А — \_\_, Б — \_\_, В — \_\_, Г — \_\_ Д — \_\_\_\_.

### Тема 7. Современные теории и концепции журналистики

#### Закрытые вопросы:

1 Что означает концепция «четвёртой власти» в трактовке У. Росту, Д. Белла и Э. Багерстама?

а) СМИ обладают теми же властными полномочиями, что законодательная, исполнительная и судебная ветви;

б) журналистика выполняет функцию общественного контроля и влияет на принятие решений, не имея формальных властных полномочий;

в) СМИ должны подчиняться исключительно государству;

г) журналисты вправе отменять законы.

**2 В чём ключевая идея концепции «демократуры» Ж. Мерме?**

- а) полное отождествление демократии и свободы СМИ;
- б) сочетание формальных демократических процедур с фактическим ограничением свободы прессы и манипуляцией общественным мнением;
- в) отрицание роли СМИ в демократическом обществе;
- г) утверждение о неизбежности диктатуры СМИ.

**3 В чём особенность «журналистского подхода» У. Фрамма и Дж. Мерилла?**

- а) отказ от анализа социальных функций журналистики;
- б) акцент на профессиональной автономии журналиста, этических стандартах и методах работы;
- в) утверждение, что журналистика должна подчиняться рынку;
- г) отрицание необходимости проверки фактов.

**4 Какие из перечисленных мифов НЕ входят в список пяти основных мифов манипуляции сознанием по Г. Шиллеру?**

- а) миф об индивидуализме и свободе выбора;
- б) миф о нейтральности СМИ;
- в) миф о технологическом прогрессе как гаранте демократии;
- г) миф о полной объективности научного знания.

**5 Какой из подходов НЕ входит в пятёрку подходов к критике прессы и постановке проблемы ответственности СМИ по Я. Засурскому?**

- а) правовой (анализ законодательства и регулирования);
- б) экономический (влияние рынка и собственности);
- в) технологический (развитие платформ и инструментов);
- г) эзотерический (мистические основания медиавоздействия).

**6 Что Г. Шиллер понимает под «мифом о нейтральности СМИ»?**

- а) убеждение, что СМИ объективно отражают реальность без идеологических фильтров;
- б) идея, что все журналисты беспристрастны по природе;
- в) тезис о технической невозможности субъективности в медиа;
- г) утверждение, что аудитория сама создаёт медиаконтент.

**7 Какая из концепций подчёркивает риск подмены демократических институтов медиавластью?**

- а) «четырёх теорий прессы»;
- б) «демократура»;
- в) «медиакратия»;
- г) «журналистский подход».

**Открытые вопросы:**

**8** Суть концепции «четырёх теорий прессы» Ф. Сиберта, Т. Петерсона и У. Шрамма состоит в том, что \_\_\_\_\_

**9** Концепция «медиакратии» Ф.-А. де Вирье подразумевает, что \_\_\_\_

**Задание на соответствие:**

**10** Соотнесите понятие с определением

**Понятия:**

1. Гражданская журналистика
2. Медиапространство
3. Журналистика как медиатор
4. Гибридные медиасистемы
5. Медиаграмотность

**Определения:**

А. Способность критически оценивать медиаконтент, понимать его цели и методы воздействия.

Б. Сочетание профессиональной журналистики, гражданских инициатив и новых форматов (блоги, соцсети).

В. Участие обычных людей в создании и распространении медиаконтента (UGC).

Г. Виртуальная среда, где формируются отношения между участниками медиапроцессов.

Д. Роль СМИ как площадки для общественного диалога и достижения баланса сил.

*Ответ:* А — \_\_, Б — \_\_, В — \_\_, Г — \_\_ Д — \_\_.

**4 семестр**

**Тема 1. Предпосылки возникновения журналистики как сферы деятельности**

**Закрытые ответы:**

**1** Что принято понимать под «протожурналистикой»?

- а) первые печатные газеты Европы XVI–XVII веков;
- б) дожурналистские формы передачи общественной информации в древности и Средневековье (глашатаи, летописи, рукописные ведомости);
- в) электронные СМИ XX века;
- г) современные социальные сети.

**2 Какая функция была первичной для информационных практик в дописьменных обществах?**

- а) развлекательная;
- б) ритуально-символическая и регулятивная (поддержание порядка, передача норм);
- в) рекламная;
- г) аналитическая.

**3 Какой канал коммуникации доминировал в дописьменной культуре для передачи общественно значимой информации?**

- а) печатные листовки;
- б) устная речь (глашатаи, сказители, собрания);
- в) телеграф;
- г) рукописные книги.

**4 Что служило «знаковым носителем» информации в древних обществах до появления письменности?**

Какие сведения чаще всего распространялись через ранние формы протожурналистики (например, глашатаев)?

- а) частные письма;
- б) указы власти, объявления о собраниях, новости о войнах и урожаях;
- в) литературные произведения;
- г) научные открытия.

**5 Какой социально-экономический фактор стимулировал развитие регулярных информационных практик в античных городах?**

- а) появление телевидения;
- б) рост торговли, рынков и необходимость передавать коммерческие сведения;
- в) изобретение компьютера;
- г) массовое производство книг.

**6 Что отличало рукописные «ведомости» Средневековья и раннего Нового времени от современной прессы?**

- а) регулярность выхода и массовый тираж;
- б) эпизодичность, малый круг распространения, отсутствие чёткой периодичности;
- в) использование фотоиллюстраций;
- г) наличие редакционной коллегии.

**7 Какой политический фактор способствовал зарождению регулярных информационных практик в древних государствах?**

- а) необходимость информировать граждан о законах, сборах, угрозах, победах;
- б) появление интернета;

- в) развитие киноиндустрии;
- г) рост числа библиотек.

### Открытые вопросы:

8 «Актные записи» и летописи в формировании протожурналистских практик играли роль \_\_\_\_\_

9 К символам власти относятся \_\_\_\_\_

### Задание на соответствие:

10 Соотнесите сигнал и его значение:

#### Сигнал

1. Дым от костра.
2. Барабанный бой.
3. Колокольный звон.
4. Факел на башне.
5. Свист.

#### Значение

- А) Тревога, опасность.
- Б) Сообщение «здесь люди», ориентир в темноте.
- В) Сбор людей на площадь.
- Г) Предупреждение о нападении.
- Д) Знак «всё спокойно» или вызов товарища.

Ответ: А — \_\_, Б — \_\_, В — \_\_, Г — \_\_ Д — \_\_.

## Тема 2. Устные и письменные формы коммуникации в Древнем мире и европейском Средневековье

### Закрытые вопросы:

1 Какую роль играли глиняные таблички в коммуникационных практиках Древней Месопотамии?

- а) использовались исключительно для религиозных ритуалов;
- б) служили основным носителем письменной информации (законы, хозяйственные записи, послания);
- в) применялись как монеты в товарообмене;
- г) были декоративными предметами.

2 Почему ораторское мастерство в античной Греции считается прообразом публицистики?

- а) потому что ораторы писали художественные романы;
- б) потому что публичные речи формировали общественное мнение,

аргументировали позиции, воздействовали на аудиторию — как и публицистические тексты;

в) потому что все речи издавались в виде газет;

г) потому что ораторское искусство не имело социальной функции.

### **3 Кто из перечисленных деятелей НЕ является великим античным оратором?**

а) Демосфен;

б) Сократ;

в) Цицерон;

г) Лисий.

### **4 Какие формы античной культуры выполняли функцию массовой информационной деятельности?**

а) только официальные указы;

б) эпос, исторические сочинения, театр, публичные речи;

в) частные письма и дневники;

г) исключительно религиозные тексты.

### **5 Что представляли собой древнеримские анналы?**

а) сборники стихов;

б) ежегодные записи важнейших событий (войны, выборы, природные явления) — прообраз хроники;

в) личные мемуары императоров;

г) своды законов без хронологической привязки.

### **6 Что такое «Acta diurna populi Romani»?**

а) секретные протоколы Сената;

б) публичная «дневная сводка» новостей: объявления, события, судебные решения;

в) частная переписка императора;

г) религиозный календарь.

### **7 В чём отличие «Acta Senatus» от «Acta diurna»?**

а) «Acta Senatus» публиковались ежедневно, «Acta diurna» — раз в месяц;

б) «Acta Senatus» содержали протоколы заседаний Сената (часто с ограничениями на публикацию), «Acta diurna» — общедоступные новости;

в) это синонимы, обозначающие один и тот же документ;

г) «Acta Senatus» распространялись только в провинциях.

### **Открытые вопросы:**

8 Устную коммуникацию в Древней Греции от письменной отличало \_\_\_\_\_

9 Роль Цицерона в развитии политической речи как формы коммуникации состояла в том, что \_\_\_\_\_

**Задание на соответствие:**

**10 Соотнесите форму протожурналистики с ее описанием:**

**Форма**

1. Acta Diurna (Древний Рим).
2. Avvisi (Италия, XVI–XVII вв.).
3. Town crier (европейские города, Средние века).
4. Manuscript newsletters (Европа, позднее Средневековье).
5. Broadside ballads (Англия, XV–XVII вв.).
6. Heralds (рыцарские турниры, XII–XV вв.).

**Описание**

- А) Рукописные сводки новостей для знати и купцов, распространявшиеся по подписке.
- Б) Официальные объявления, читаемые вслух на рыночной площади.
- В) Прообразы газет — ежедневные каменные или деревянные доски с новостями в Риме.
- Г) Листовки-песни с текущими событиями, продававшиеся на улицах.
- Д) Вестовые, объявлявшие новости и указы на турнирах и при дворах.
- Е) Рукописные новостные листы, циркулировавшие в итальянских городах-государствах.

*Ответ:* А — \_\_, Б — \_\_, В — \_\_, Г — \_\_ Д — \_\_.

**Тема 3. Становление и развитие зарубежной периодической печати в XVII-XVIII веках**

**Закрытые вопросы:**

**1 Какое изобретение стало ключевым для развития массовой печати в Европе?**

- а) Ксилография;
- б) Подвижный металлический шрифт Иоганна Гутенберга;
- в) Печатный станок с углублённой гравюрой;
- г) Литография.

**2 Какая книга считается первой печатной в Европе?**

- а) «Столичный вестник» (Китай, VIII в.);
- б) «Библия Гутенберга» (1455 г.);
- в) «Апостол» (Россия, 1564 г.);

г) «История Трои» (Англия, 1475 г.).

**3 Когда появилась первая европейская газета?**

- а) В 1605 г. в Страсбурге («Relation»);
- б) В 1631 г. во Франции («La Gazette»);
- в) В 1665 г. в Англии («The London Gazette»);
- г) В 1702 г. в США («Publick Occurrences»).

**4 Кто был издателем французской «La Gazette» (1631 г.)?**

- а) Теофраст Ренодо;
- б) Людовик XIII;
- в) Кардинал Ришелье;
- г) Жан Поль Марат.

**5 Какая газета стала первой ежедневной в мире?**

- а) «Relation» (Страсбург, 1605 г.);
- б) «La Gazette» (Париж, 1631 г.);
- в) «Ляйпцигер Цайтунг» (Лейпциг, 1660 г.);
- г) «Daily Courant» (Лондон, 1702 г.).

**6 Как назывались первые рукописные новостные листки в Венеции (XVI в.)?**

- а) «Альбумусы»;
- б) «Авизо»;
- в) «Куранты»;
- г) «Avviso».

**7 Какое событие стимулировало рост периодической печати в XVIII веке?**

- а) Реформация;
- б) Изобретение парового прессы;
- в) Эпоха Просвещения;
- г) Наполеоновские войны.

**8 Какая газета стала символом политической прессы в годы Великой французской революции?**

- а) «Publiciste parisien»;
- б) «Mercure francais»;
- в) «Ami du peuple»;
- г) «Gazette de France».

**Открытые вопросы:**

**9 Удешевлению газет в XVII веке способствовал фактор \_\_\_\_\_**

**10 В Европе первыми начали выпускать научные журналы\_\_\_\_\_**

#### **Тема 4. Зарубежная периодическая печать в XIX веке**

##### **Закрытые вопросы:**

**1 Какое технологическое изобретение XIX века радикально ускорило передачу новостей и повлияло на журналистику?**

- а) паровой двигатель;
- б) телеграф;
- в) телефон;
- г) радио.

**2 В чём суть «нового журнализма» (New Journalism) конца XIX века?**

- а) полный отказ от фактов в пользу художественного вымысла;
- б) акцент на сенсационности, иллюстрациях, коротких текстах и доступной подаче;
- в) строгое следование объективности и нейтральности;
- г) переход на электронные носители.

**3 Какой термин описывает журналистику, ориентированную на скандалы, сенсации и эмоциональное воздействие на аудиторию?**

- а) элитарная пресса;
- б) жёлтая журналистика;
- в) аналитическая журналистика;
- г) научная журналистика.

**4 Кто из издателей ассоциируется с развитием «жёлтой журналистики» в США?**

- а) Бенджамин Франклин;
- б) Джозеф Пулитцер и Уильям Рэндольф Херст;
- в) Томас Джефферсон;
- г) Генри Рэймонд.

**5 Какое из перечисленных агентств НЕ относится к «трём мировым агентствам» XIX века?**

- а) Гавас (Havas, Франция);
- б) Вольф (Wolff, Германия);
- в) Рейтер (Reuters, Великобритания);
- г) Ассошиэйтед Пресс (AP, США).

**6 Что означает «концентрация печати» в контексте XIX века?**

- а) рост числа мелких независимых изданий;
- б) укрупнение медиабизнеса, слияние газет и формирование монополий;

- в) переход на цифровые форматы;
- г) увеличение тиража каждой отдельной газеты.

**7 Какое законодательство стало важным шагом в регулировании прессы в XIX веке?**

- а) законы о свободе слова без ограничений;
- б) законы о цензуре и лицензировании печати;
- в) законы о защите авторских прав и ответственности за клевету;
- г) законы о бесплатной раздаче газет.

**8 Что отличало «персональный журнализм» XIX века от более поздних форм журналистики?**

- а) анонимность авторов и коллективное творчество;
- б) доминирование личности издателя/редактора, его прямое влияние на содержание издания;
- в) строгая редакционная иерархия и стандартизация текстов;
- г) полный отказ от мнений в пользу фактов.

**Открытые вопросы:**

**9 Главной причиной появления «массовых» газет в Западной Европе и США во второй половине XIX века стало \_\_\_\_\_**

**10 Основной функцией информационных агентств в XIX веке была \_\_\_\_\_**

**Тема 5. Становление и развитие российской периодической печати в XVII-XVIII веках**

**Закрытые вопросы:**

**1 Что представляли собой «Вести-Куранты» (начало XVII века)?**

- а) первая печатная газета России;
- б) рукописные сводки новостей для царского двора и бояр, прообраз газеты;
- в) официальный указ Петра I о печати;
- г) сборник церковных проповедей.

**2 Какая газета считается первой русской печатной газетой и когда она начала выходить?**

- а) «Санкт-Петербургские ведомости» (1727 г.);
- б) «Московские ведомости» (1756 г.);
- в) «Ведомости» (1702 г.);
- г) «Трудолюбивая пчела» (1759 г.).

**3 Какова была роль Петра I в издании «Ведомостей»?**

- а) он был лишь читателем;
- б) он выступал как редактор и автор материалов, использовал газету для пропаганды реформ;
- в) он запретил её издание;
- г) он финансировал издание, но не вмешивался в содержание.

**4 Кто выступал издателем и цензором «Санкт-Петербургских ведомостей» с 1727 года?**

- а) Святейший синод;
- б) Академия наук;
- в) Московский университет;
- г) частное лицо.

**5 Какое издание выпускалось при «Санкт-Петербургских ведомостях» в 1728–1742 гг. как приложение с научно-популярными материалами?**

- а) «Ежемесячные сочинения»;
- б) «Месячные исторические, генеалогические и географические примечания»;
- в) «Трутенъ»;
- г) «Собеседник любителей русского слова».

**6 Какой вклад в развитие журналистики внёс М. В. Ломоносов?**

- а) основал первую типографию в Москве;
- б) написал «Рассуждение о должности журналиста» (1754), сформулировав этические принципы профессии;
- в) создал первую частную газету;
- г) ввёл в обиход термин «журналистика».

**7 Как назывался первый частный журнал в России и кто его издавал (1759 г.)?**

- а) «Всякая всячина» (Екатерина II);
- б) «Трутенъ» (Н. И. Новиков);
- в) «Трудолюбивая пчела» (А. П. Сумароков);
- г) «Московский журнал» (Н. М. Карамзин).

**8 Кто стоял за изданием журнала «Собеседник любителей русского слова» (1783–1784)?**

- а) М. В. Ломоносов;
- б) Н. И. Новиков;
- в) Е. Р. Дашкова;
- г) А. П. Сумароков.

**Открытые вопросы:**

9 «Московский журнал» Н. М. Карамзина выходил в \_\_\_\_\_ годах

10 Н. И. Новиков в истории российской журналистики известен тем, что он \_\_\_\_\_

---

## **Тема 6. Российская периодическая печать в XIX веке**

### **Закрытые вопросы:**

**1 Какой документ впервые в России регламентировал цензуру в начале XIX века?**

- а) «Чугунный» цензурный устав 1826 года;
- б) Цензурный устав 1804 года;
- в) Закон о печати 1865 года;
- г) Манифест о свободе прессы 1801 года.

**2 Какое издание считается первым в России общественно-политическим журналом (1802–1830)?**

- а) «Сын отечества»;
- б) «Вестник Европы»;
- в) «Московский телеграф»;
- г) «Современник».

**3 Какой журнал стал самым популярным в России в период Отечественной войны 1812 года?**

- а) «Вестник Европы»;
- б) «Сын отечества» (издатель — Н. И. Греч);
- в) «Северная пчела»;
- г) «Русский вестник».

**4 Как называлась система жёсткой цензуры, введённая в 1826 году?**

- а) «Железный» устав;
- б) «Серебряный» устав;
- в) «Чугунный» цензурный устав;
- г) «Бронзовый» регламент.

**5 Какой тип издания представлял собой «Московский телеграф» (1825–1834) Н. А. Полевого?**

- а) политическая газета;
- б) энциклопедический журнал (охватывал науку, литературу, искусство, новости);
- в) сатирический альманах;
- г) церковное издание.

**6 В каком издании А. С. Пушкин выступил как редактор и активный участник в 1836–1837 годах?**

- а) «Литературная газета»;
- б) «Современник»;
- в) «Телескоп»;
- г) «Сын отечества».

**7 Какое событие/период получило название «мрачное семилетие» в истории русской журналистики?**

- а) 1812–1815 гг. (война с Наполеоном);
- б) 1825–1830 гг. (после восстания декабристов);
- в) 1848–1855 гг. (реакция на европейские революции и Крымскую войну);
- г) 1881–1887 гг. (правление Александра III).

**8 Кто из перечисленных деятелей НЕ относится к «трём королям шестой державы» (выдающимся журналистам конца XIX века)?**

- а) С. В. Флёров (рецензент);
- б) В. М. Дорошевич (фельетонист);
- в) В. А. Гиляровский (репортёр);
- г) М. Н. Катков (редактор «Московских ведомостей»).

**Открытые вопросы:**

**9 В русской журналистике 1840-х годов активно противостояли \_\_\_\_\_**

**10 Частично смягчил цензурные ограничения в Российской империи закон 1865 года о \_\_\_\_\_**

**Тема 7. Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки в первой половине XX века**

**Закрытые вопросы:**

**1 Что стало ключевым технологическим новшеством в системе массмедиа в 1920–1930-е годы?**

- а) изобретение телеграфа;
- б) массовое распространение радиовещания;
- в) появление цветной печати;
- г) запуск спутникового телевидения.

**2 В чём заключалась специфика СМИ в странах Азии и Африки в первой половине XX века?**

- а) полная независимость от государства и религии;
- б) сильная зависимость от государственной политики и религиозных

институтов;

в) опережающее развитие телевидения над печатью;

г) отсутствие цензуры и неограниченная свобода слова.

### **3 Какой метод активно использовали нацистские СМИ в 1930-е годы?**

а) объективное информирование о международных событиях;

б) систематическая пропаганда, манипуляция фактами и создание образа врага;

в) поддержка оппозиционных взглядов внутри страны;

г) отказ от использования радио и кино.

### **4 Что характеризовало антифашистскую печать и радиовещание в 1930-е годы?**

а) полное молчание о нацистской угрозе;

б) публикация разоблачительных материалов, поддержка сопротивления, альтернативная информация;

в) сотрудничество с нацистской пропагандой;

г) исключительно художественные программы без политической тематики.

### **5 Какова роль военной цензуры в СМИ во время Второй мировой войны?**

а) отсутствие какого-либо контроля над публикациями;

б) ограничение распространения информации, способной навредить военным усилиям;

в) разрешение публиковать любые фотографии с фронта;

г) передача секретных военных планов противнику через прессу.

### **6 Что стало характерной чертой СМИ Запада в период «холодной войны» (после 1945 г.)?**

а) нейтралитет и отказ от политических оценок;

б) поляризация прессы по идеологическому принципу (запад vs СССР), усиление пропагандистских элементов;

в) объединение всех СМИ в единую международную сеть;

г) полный запрет на упоминание СССР.

### **7 Какое средство массовой информации стало главным инструментом пропаганды и мобилизации в 1930–1940-е годы?**

а) печатные листовки;

б) радиовещание;

в) интернет;

г) почтовые открытки.

### **8 Что подразумевала «политическая дифференциация прессы» в первой половине XX века?**

а) все газеты придерживались единой государственной линии;

б) разделение изданий по политическим ориентациям (консервативные,

- либеральные, социалистические и др.);
- в) отсутствие политических тем в прессе;
- г) запрет на создание партийных газет.

### **Открытые вопросы:**

**9** Первая мировая война повлияла на журналистику, прежде всего, тем, что \_\_\_\_\_

**10** Основная экономическая роль рекламы в СМИ первой половины XX века заключалась в том, что \_\_\_\_\_

**Тема 8. Журналистика России и русского зарубежья в 1900-1945 годах**

### **Закрытые вопросы:**

**1** Какой документ положил начало формированию в России системы однопартийной журналистики после Октября 1917 года?

- а) Декрет о свободе печати;
- б) Декрет «О печати» (ноябрь 1917);
- в) Конституция РСФСР 1918 года;
- г) Постановление ВЦИК о партийной прессе.

**2** Какой город в начале 1920-х годов стал важным центром русской эмигрантской прессы?

- а) Прага;
- б) Берлин;
- в) Варшава;
- г) София.

**3** Какое издание было одним из ведущих в парижской эмигрантской журналистике 1920–1940-х годов?

- а) «Возрождение»;
- б) «Последние новости»;
- в) «Руль»;
- г) «Сегодня».

**4** Что предусматривал Декрет «О введении платности газет» (1921 год)?

- а) бесплатную раздачу газет населению;
- б) переход на платную подписку и розничную продажу газет для преодоления кризиса печати при НЭП;
- в) полное государственное субсидирование прессы;
- г) запрет на рекламу в газетах.

**5 Какую роль играло Телеграфное агентство Советского Союза (ТАСС), созданное в 1925 году?**

- а) распространяло исключительно экономические сводки;
- б) стало центральным государственным информационным органом, формировавшим официальный образ СССР;
- в) занималось только международной корреспонденцией;
- г) было независимым от государства новостным сервисом.

**6 Как изменилась пресса в годы первой пятилетки (1928–1932)?**

- а) стала полностью независимой от государства;
- б) активно участвовала в пропаганде индустриализации и коллективизации, публиковала ударные репортажи и соцобязательства;
- в) сократила объём политической информации в пользу развлекательных материалов;
- г) прекратила выход из-за нехватки бумаги.

**7 Что представляли собой «массовые газеты ГУЛАГа» в 1930-е годы?**

- а) независимые издания заключённых;
- б) официальные многотиражки лагерей, пропагандировавшие «перевоспитание трудом» и трудовые достижения;
- в) подпольные листовки политзаключённых;
- г) центральные газеты, перепечатывавшие лагерные новости.

**8 Какой орган в годы Великой Отечественной войны (1941–1945) стал основным источником официальных сводок для советской прессы и радио?**

- а) Наркомат обороны;
- б) Совинформбюро;
- в) ТАСС;
- г) Центральный штаб партизанского движения.

**Открытые вопросы:**

**9 Первая русская революция 1905 года повлияла на развитие журналистики в том, что \_\_\_\_\_**

**10 Ключевая функция журналистики белого движения в годы Гражданской войны заключается в том, что \_\_\_\_\_**

**Тема 9. Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки во второй половине XX века**

**Закрытые вопросы:**

**1 Какой канал СМИ стал доминирующим по оперативности во второй половине XX века?**

- а) печатные газеты;
- б) радио;
- в) телевидение;
- г) телеграф.

**2 Что стало ключевой чертой развития СМИ в странах Азии и Африки во второй половине XX века?**

- а) полный отказ от государственного регулирования;
- б) формирование национального рынка СМИ после обретения независимости;
- в) исчезновение печатных изданий;
- г) монополия западных медиакорпораций без местных конкурентов.

**3 Как СМИ использовались в период холодной войны (1945–1991)?**

- а) исключительно для культурного обмена;
- б) как инструмент идеологической конфронтации и пропаганды;
- в) для полного запрета политических новостей;
- г) только для трансляции спортивных событий.

**4 Кто из медиамагнатов получил прозвище «самый влиятельный человек в мире»?**

- а) Уильям Рэндольф Херст;
- б) Руперт Мёрдок;
- в) Роберт Максвелл;
- г) Конрад Блэк.

**5 Какие экономические факторы определяли развитие СМИ в Западной Европе и США в 1970–1985 гг.?**

- а) полная государственная монополия на прессу;
- б) коммерциализация, рост рекламы и конкуренция за аудиторию;
- в) отсутствие рекламы и финансирование только за счёт подписки;
- г) запрет на иностранные инвестиции в медиарынок.

**6 Какая тенденция стала характерной для СМИ Восточной Европы в 1990-е годы?**

- а) сохранение советской модели однопартийной прессы;
- б) либерализация, появление частных СМИ и плюрализма мнений;
- в) полный запрет на иностранное медиавлияние;
- г) отказ от телевидения в пользу печатных изданий.

**7 В чём заключается национальная специфика СМИ стран Азии во второй половине XX — начале XXI века?**

- а) полное копирование западных медиамodelей без изменений;
- б) сочетание глобальных технологий с местными культурными и религиозными традициями;
- в) отсутствие государственного регулирования медиасферы;
- г) отказ от цифровых технологий в пользу традиционных форматов.

**8 Что стало ключевым фактором технологической революции в журналистике конца XX — начала XXI века?**

- а) изобретение печатного станка;
- б) распространение интернета и цифровых платформ;
- в) появление радио;
- г) развитие почтовой службы.

**Открытые вопросы:**

**9 Роль мировых информационных агентств во второй половине XX века заключалась в том, что они \_\_\_\_\_**

**10 Процессом «концентрации СМИ» во второй половине XX века называли \_\_\_\_\_**

**Тема 10. Развитие системы массмедиа России во второй половине XX века**

**Закрытые вопросы:**

**1 Какое событие 1956 года оказало значительное влияние на ослабление цензуры и содержание советской прессы?**

- а) запуск первого спутника;
- б) XX съезд КПСС и доклад Н. С. Хрущёва о культе личности;
- в) создание АПН;
- г) начало регулярного телевидения.

**2 В каком году было создано Агентство печати «Новости» (АПН) и какова была его основная функция?**

- а) 1957 г.; распространение официальной информации внутри страны;
- б) 1961 г.; внешнеполитическая пропаганда и информирование зарубежной аудитории;
- в) 1970 г.; координация работы региональных газет;
- г) 1985 г.; выпуск независимых аналитических материалов.

**3 Какой государственный орган был организован в 1957 году для управления телевидением и радиовещанием?**

- а) Министерство культуры СССР;

- б) Государственный комитет по телевидению и радиовещанию;
- в) Союз журналистов СССР;
- г) Главное управление по печати.

**4 Какое изменение в системе СМИ произошло после Октябрьского пленума ЦК КПСС 1964 года?**

- а) полная либерализация прессы;
- б) ужесточение цензуры и бюрократизация управления журналистикой;
- в) отмена партийного контроля над СМИ;
- г) создание независимых телекомпаний.

**5 Какая телепрограмма начала выходить в 1968 году и стала главным источником новостей в СССР?**

- а) «Новости дня»;
- б) «Время»;
- в) «Телевизионные новости»;
- г) «Экран информирует».

**6 Какой закон 1990 года заложил основы свободы печати в СССР?**

- а) Закон «Об информации, информатизации и защите информации»;
- б) Закон «О средствах массовой коммуникации»;
- в) Закон «О печати и других средствах массовой информации»;
- г) Закон «О свободе слова».

**7 Какие информационные агентства появились в СССР/России на рубеже 1980–1990-х годов как независимые от государства?**

- а) ТАСС и АПН;
- б) «Интерфакс», «Постфактум», «ИМА-пресс»;
- в) РИА Новости и ИТАР-ТАСС;
- г) «Новости» и «Совинформбюро».

**8 Какое событие 1991 года резко изменило медиаландшафт СССР/России?**

- а) избрание первого президента России;
- б) августовский путч и последовавшие за ним изменения в системе СМИ;
- в) подписание Беловежских соглашений;
- г) денежная реформа.

**Открытые вопросы:**

**9 Новой чертой российской медиасистемы в 1990-е годы стало \_\_\_\_\_**

**10 Публицистику периода «оттепели» (конец 1950-х - начало 1960-х) характеризовало \_\_\_\_\_**

---

**Тема 11. Массмедиа в России и за рубежом в 2000-2025 годах**

**Закрытые вопросы:**

**1 Что стало ключевым технологическим трендом, изменившим медиаландшафт в XXI веке?**

- а) распространение цифровых и мобильных технологий, интернета;
- б) изобретение печатного станка;
- в) появление радио;
- г) развитие почтовой службы.

**2 Как называется процесс, при котором информация и медиаконтент становятся доступными глобально, преодолевая национальные границы?**

- а) локализация;
- б) глобализация информационного пространства;
- в) фрагментация медиарынка;
- г) цифровая изоляция.

**3 Какой феномен характеризует рост числа независимых авторов, публикующих контент в сети без редакционного контроля?**

- а) профессиональная журналистика;
- б) блогосфера и пользовательский контент (UGC);
- в) государственные СМИ;
- г) печатные альманахи.

**4 Какие изменения произошли в типологии СМИ в 2000–2020-е годы?**

- а) полное исчезновение печатных изданий;
- б) сосуществование традиционных (печать, ТВ, радио) и цифровых медиа, появление гибридных форматов;
- в) монополия телевидения на информацию;
- г) отказ от онлайн-платформ в пользу бумаги.

**5 Что означает термин «послеписьменная культура» в медиаисследованиях?**

- а) отказ от любого текста в пользу изображений;
- б) этап, где письменная традиция сохраняется, но доминируют аудиовизуальные и интерактивные форматы;
- в) возвращение к устным формам коммуникации без фиксации;
- г) исчезновение грамотности.

**6 Какие технологии активно используются СМИ для доставки контента в 2020-е годы?**

- а) телеграф и почта;
- б) цифровые платформы, мобильные приложения, соцсети, стриминг;
- в) исключительно печатное распространение;
- г) проводное радио.

**7 Как изменилась жанровая палитра журналистики в цифровую эпоху?**

- а) остались только классические жанры (статья, репортаж, интервью);
- б) появились новые форматы (лонгрид, сторис, подкаст, интерактивный репортаж, инфотейнмент);
- в) жанры полностью исчезли, остался только сырой поток данных;
- г) все жанры унифицировались в один универсальный формат.

**8 Что характеризует «всемирное телевидение» в XXI веке?**

- а) монополия одного телеканала на глобальную аудиторию;
- б) доступность телевизионного и видеоконтента через интернет (OTT, стриминговые сервисы) для зрителей по всему миру;
- в) запрет на трансляцию иностранных программ;
- г) полный переход на радиоформат.

**Открытые вопросы:**

**9 Под «экранной культурой» в контексте современных медиа подразумевается \_\_\_\_\_**

**10 Роль мировых информационных агентств в эпоху интернета заключается в том, что они \_\_\_\_\_**

## **Тема 12. Система СМИ в современном мире**

**Закрытые вопросы:**

**1 Что означает термин «конвергенция СМИ»?**

- а) слияние разных медиаплатформ (печать, ТВ, радио, интернет) в единые мультимедийные проекты;
- б) разделение СМИ по узкоспециализированным нишам;
- в) отказ от цифровых технологий в пользу традиционных форматов;
- г) закрытие всех региональных изданий.

**2 Какая тенденция доминирует в структуре собственности СМИ в XXI веке?**

- а) рост числа независимых мелких изданий;
- б) монополизация и концентрация медиаресурсов в руках крупных корпораций

- и медиамагнатов;
- в) полная национализация медиарынка;
- г) отсутствие собственников — СМИ работают как НКО.

### **3 Что такое «конвергентная редакция»?**

- а) редакция, выпускающая только печатные газеты;
- б) команда, создающая контент для разных платформ (сайт, соцсети, ТВ, подкасты) в едином информационном цикле;
- в) отдел, занимающийся исключительно рекламой;
- г) закрытое сообщество журналистов без выхода в публичное пространство.

### **4 Какова функция информационных агентств в современной инфраструктуре СМИ?**

- а) замена всех СМИ собственными выпусками;
- б) оперативная поставка новостей и мультимедийного контента для других медиа;
- в) исключительно архивная работа;
- г) цензурирование материалов перед публикацией.

### **5 Как мессенджеры влияют на развитие СМИ?**

- а) не используются медиаорганизациями;
- б) становятся каналами дистрибуции новостей (каналы, чат-боты, push-уведомления);
- в) заменяют все другие медиаформаты;
- г) применяются только для внутренней коммуникации редакции.

### **6 Что входит в инфраструктуру современных СМИ помимо редакций?**

- а) только типографии и телецентры;
- б) информационные агентства, пресс-службы, PR-агентства, аналитические центры;
- в) исключительно интернет-провайдеры;
- г) библиотеки и архивы без цифровой составляющей.

### **7 Какой фактор стал ключевым для «цифровой революции» в журналистике?**

- а) изобретение печатного станка;
- б) распространение интернета, мобильных устройств и облачных технологий;
- в) появление радио;
- г) рост тиражей газет.

### **8 Что характеризует СМИ постиндустриального информационного общества?**

- а) доминирование одного канала коммуникации (например, ТВ);
- б) многоплатформенность, интерактивность, персонализация контента,

- скорость обновления;
- в) отсутствие обратной связи с аудиторией;
- г) полный отказ от профессиональной журналистики в пользу блогов.

### **Открытые вопросы:**

**9** Под глобализацией медиасферы понимается \_\_\_\_\_

**10** Социальные сети в современной медиасистеме играют роль \_\_\_\_

## **Тема 13. Особенности периодической печати, радио и телевидения**

### **Закрытые вопросы:**

**1** Как современные печатные СМИ адаптируются к цифровой среде?

- а) полностью отказываются от печатного формата;
- б) создают электронные версии изданий, мультиплатформенный контент и онлайн-архивы;
- в) ограничивают доступ к материалам только для подписчиков печатной версии;
- г) не меняют модель, сохраняя исключительно бумажный выпуск.

**2** Какое средство массовой информации обеспечивает оперативное аудиовещание без визуального компонента?

- а) телевидение;
- б) радио;
- в) интернет-издания;
- г) печатные газеты.

**3** В чём отличие спутникового телевидения от кабельного?

- а) спутниковое доступно только в городах, кабельное — в сельской местности;
- б) спутниковое передаёт сигнал через спутники, кабельное — по наземным кабельным сетям;
- в) это синонимы, обозначающие один и тот же тип вещания;
- г) кабельное требует антенны, спутниковое — нет.

**4** Что означает «дифференциация электронных СМИ»?

- а) полное единообразие контента на всех каналах;
- б) разделение по тематикам, форматам, целевой аудитории (новостные, развлекательные, нишевые каналы и др.);
- в) отказ от специализации в пользу универсального контента;
- г) объединение всех СМИ в одну платформу.

**5 Какую роль играет реклама в деятельности современных СМИ?**

- а) запрещена законодательством;
- б) один из ключевых источников дохода, влияющий на бизнес-модель изданий и каналов;
- в) размещается только в печатных СМИ, не в электронных;
- г) носит исключительно информационный характер без коммерческой цели.

**6 Что отличает радио как средство массовой коммуникации (СМК)?**

- а) обязательная визуализация контента;
- б) мобильность, доступность в режиме фонового потребления, акцент на звуке и речи;
- в) высокая стоимость производства каждого выпуска;
- г) невозможность охватить широкую аудиторию.

**7 Какой формат позволяет телезрителям смотреть программы вне сетки вещания?**

- а) прямой эфир;
- б) видео по запросу (VoD), стриминговые сервисы и архивы каналов;
- в) только спутниковые трансляции;
- г) радиозэфиры.

**8 Что входит в систему традиционных СМИ России в первой четверти XXI века?**

- а) исключительно интернет-издания и соцсети;
- б) периодическая печать, радио и телевидение;
- в) только государственные телеканалы и газеты;
- г) блоги и личные каналы без редакционной политики.

**Открытые вопросы:**

**9 Ключевая причина снижения интереса аудитории к печатной периодике в XXI веке \_\_\_\_\_**

**10 К выразительным средствам телевидения относятся \_\_\_\_\_**

**Тема 14. Типология СМИ: основные принципы и особенности**

**Закрытые вопросы:**

**1 Какой из перечисленных критериев НЕ относится к главным принципам типологического деления печатных СМИ?**

- а) целевая аудитория;
- б) периодичность и тираж;
- в) цвет обложки издания;

г) функциональная направленность (информационная, аналитическая, развлекательная и др.).

## **2 Какая типологическая характеристика отличает газету от журнала?**

- а) более глубокий анализ тем и больший объём материалов у газеты;
- б) более частая периодичность выхода и оперативность подачи информации у газеты;
- в) отсутствие иллюстраций в газетах;
- г) журналы всегда выходят только в электронном формате.

## **3 Что характерно для типологии современных альманахов?**

- а) ежедневная периодичность и новостной контент;
- б) нерегулярный выход, тематическая подборка материалов, часто литературно-художественного или научно-популярного характера;
- в) исключительно рекламные материалы;
- г) обязательное наличие видеоконтента.

## **4 Какие ключевые признаки определяют типологию деловой прессы?**

- а) развлекательный контент и кроссворды;
- б) ориентация на бизнес-аудиторию, анализ рынков, финансов, экономики, корпоративных событий;
- в) публикации исключительно о культуре и искусстве;
- г) отсутствие аналитики и экспертных мнений.

## **5 Что означает термин «самомаркировка» в контексте СМИ?**

- а) автоматическая генерация заголовков с помощью ИИ;
- б) декларирование изданиями собственной типологической принадлежности (например, «ежедневная газета», «деловой журнал», «информационное агентство»);
- в) маркировка контента возрастными ограничениями;
- г) использование торговых марок в рекламных материалах.

## **6 Какой признак НЕ является типобразующим для классификации СМИ?**

- а) форма собственности (государственная, частная, смешанная);
- б) регион распространения (местный, региональный, федеральный, международный);
- в) количество сотрудников в редакции;
- г) канал распространения (печатный, электронный, вещательный).

## **7 Какой элемент НЕ входит в типологические характеристики печатного издания?**

- а) объём (количество страниц);
- б) полиграфическое качество бумаги;

- в) миссия и редакционная политика;
- г) целевая аудитория и тематика.

### **8 Как влияет цифровизация на типологию СМИ?**

- а) полностью уничтожает типологические различия между изданиями;
- б) создаёт гибридные форматы (онлайн-газеты, цифровые журналы, мультимедийные порталы), сохраняя при этом базовые типологические признаки;
- в) возвращает СМИ к модели рукописных листков;
- г) делает периодичность выхода несущественной характеристикой.

#### **Открытые вопросы:**

**9** Под «типом издания» в типологии журналистики понимается \_\_\_\_\_

**10** Специализированные (отраслевые) издания от универсальных отличает то, что они \_\_\_\_\_

### **Тема 15. Газета как тип издания**

#### **Закрытые вопросы:**

**1** Чем ежедневная газета принципиально отличается от не ежедневной?

- а) ежедневная всегда выходит в цветном исполнении;
- б) ежедневная обеспечивает оперативную подачу новостей с частотой не реже одного раза в сутки;
- в) не ежедневные газеты не содержат аналитических материалов;
- г) ежедневные газеты не имеют рекламных блоков.

**2** В чём специфика «воскресной газеты» как отдельного формата?

- а) выходит только в цифровом виде по воскресеньям;
- б) отличается увеличенным объёмом, тематическими спецвыпусками и разделами (досуг, кулинария, телепрограмма);
- в) содержит исключительно религиозные материалы;
- г) распространяется исключительно по подписке без розничной продажи.

**3** Какая категория газет охватывает несколько субъектов федерации или всю страну?

- а) местные (городские/районные);
- б) общенациональные и надрегиональные;
- в) корпоративные бюллетени;
- г) стенные газеты предприятий.

**4 В чём обычно состоит различие между утренней и вечерней газетой?**

- а) утренняя ориентирована на свежие новости и события текущего дня, вечерняя — на итоги и аналитику;
- б) вечерняя всегда выходит в более крупном формате;
- в) утренняя публикуется только в выходные дни;
- г) различий нет — это условные названия без содержательной разницы.

**5 Какова ключевая функция районной (местной) прессы?**

- а) освещение глобальных международных событий;
- б) информирование жителей о локальных новостях, событиях и проблемах муниципалитета;
- в) публикация исключительно коммерческих объявлений без редакционного контента;
- г) замена официальных правовых ведомостей.

**6 Что характерно для аудитории ежедневных газет в XXI веке?**

- а) исключительно пожилые читатели, не использующие интернет;
- б) разнородная аудитория, включая профессионалов, ищущих оперативную информацию и аналитику;
- в) только сельские жители без доступа к цифровым СМИ;
- г) исключительно молодёжь до 25 лет.

**7 Что представляет собой корпоративная периодика в системе СМИ?**

- а) государственные издания для чиновников;
- б) издания, выпускаемые компаниями для сотрудников, партнёров и клиентов (бюллетени, журналы, дайджесты);
- в) нелегальные листовки оппозиционных групп;
- г) бесплатные рекламные буклеты без редакционной политики и авторского контента.

**8 Какую функцию выполняют бортовые журналы авиакомпаний как внешнее корпоративное издание?**

- а) исключительно размещение правил безопасности и инструкций;
- б) формирование имиджа компании, информирование пассажиров, продвижение услуг и партнёрских брендов;
- в) замена местных газет в зонах ожидания аэропортов;
- г) издание исключительно для лётного состава, не для пассажиров.

**Открытые вопросы:**

**9 Назовите 5 основных типологических признаков, которые традиционно выделяют у газеты \_\_\_\_\_**

## **10 Какие черты советской системы СМИ сохранились в современных российских газетах?**

### **Тема 16. Журнал как тип издания**

#### **Закрытые вопросы:**

#### **1 Какой из перечисленных признаков НЕ относится к типологическим характеристикам журнальной периодики?**

- а) более глубокая проработка тем по сравнению с газетами;
- б) высокая оперативность подачи новостей (ежедневный выпуск);
- в) тематическая специализация (отраслевые, женские, научно-популярные и др.);
- г) наличие качественной полиграфии и визуального ряда.

#### **2 Какие особенности отличают журналы для женской аудитории?**

- а) исключительно кулинарные рецепты и выкройки;
- б) фокус на моде, красоте, психологии отношений, здоровье, стиле жизни;
- в) отсутствие рекламы и спонсорского контента;
- г) исключительно аналитические материалы о политике и экономике.

#### **3 Как цифровая революция повлияла на судьбу глянцевого журнала?**

- а) полностью уничтожила их как формат;
- б) заставила адаптироваться: появились онлайн-версии, мультимедийный контент, соцсети, цифровые подписки;
- в) никак не затронула — глянец остался исключительно бумажным;
- г) перевела их исключительно в аудиоформат.

#### **4 Что характерно для отраслевых журналов в постиндустриальном обществе?**

- а) ориентация только на массового читателя без узкой специализации;
- б) глубокий анализ трендов, технологий, рынка, кейсов для профессионалов конкретной сферы;
- в) отказ от экспертных материалов в пользу развлекательного контента;
- г) выпуск исключительно в бумажном формате без цифровых аналогов.

#### **5 Какая периодичность типична для большинства журналов?**

- а) ежедневная;
- б) еженедельная или ежемесячная;
- в) по мере накопления материалов без графика;
- г) один раз в десятилетие.

#### **6 Какую роль играет реклама в глянцевого и отраслевого журналах?**

- а) запрещена редакционной политикой;

- б) ключевой источник дохода, формирующий бизнес-модель издания;
- в) размещается только в конце номера мелким шрифтом;
- г) носит исключительно информационный характер без коммерческих целей.

**7 Что отличает научно-популярный журнал от других типов журнальной периодики?**

- а) исключительно художественные тексты;
- б) популяризация научных знаний, доступное изложение сложных тем для широкой аудитории;
- в) фокус на модных трендах и знаменитостях;
- г) отсутствие иллюстраций и графиков.

**8 Какие перспективы у отраслевых журналов в цифровую эпоху?**

- а) полное исчезновение из-за конкуренции с соцсетями;
- б) трансформация в гибридные форматы (онлайн-платформы, подкасты, вебинары) при сохранении экспертной функции;
- в) возврат к рукописным рассылкам;
- г) переход исключительно на платный контент без бесплатных материалов.

**Открытые вопросы:**

**9 В основе дифференциации журналов журнального типа лежит \_\_\_\_\_**

**10 Глянцевые журналы феноменом журналистики второй половины XX века сделало \_\_\_\_\_**

**Тема 17. Качественные и массовые издания**

**Закрытые вопросы:**

**1 Какая из перечисленных характеристик НЕ относится к качественным газетам?**

- а) ориентация на элитарную, образованную аудиторию;
- б) глубокий анализ событий и экспертные мнения;
- в) акцент на сенсационность и эмоциональность подачи;
- г) сдержанный дизайн и строгая верстка.

**2 Какой основной критерий отличает качественно-массовые издания от чисто качественных и чисто массовых?**

- а) исключительно цветной формат печати;
- б) сочетание аналитических материалов с элементами развлекательного контента;
- в) выпуск только в электронном виде;
- г) отсутствие рекламы.

**3 Что является ключевым типологическим признаком качественной газеты?**

- а) ежедневная публикация светской хроники;
- б) приоритет фактологии, аналитичности и достоверности;
- в) преобладание фотоматериалов над текстом;
- г) короткие заметки без комментариев.

**4 Какой формат верстки чаще характерен для качественных изданий?**

- а) хаотичная, свободная компоновка элементов;
- б) горизонтальная и вертикальная верстка с чёткими колонками и логичной иерархией;
- в) исключительно вертикальная без деления на колонки;
- г) верстка «вразброс» без системы.

**5 Какова типичная структура качественной прессы?**

- а) преимущественно развлекательные рубрики и комиксы;
- б) разделы политики, экономики, международных отношений, культуры, мнения экспертов;
- в) только новости без аналитики и комментариев;
- г) исключительно рекламные блоки.

**6 Какие формы обратной связи чаще используются в качественных газетах?**

- а) анонимные слухи и неподтверждённые сообщения;
- б) письма читателей, колонки редакторов, экспертные дискуссии, форумы;
- в) исключительно комментарии в соцсетях без модерации;
- г) отсутствие обратной связи.

**7 Какой признак наиболее характерен для массовой прессы?**

- а) длинные аналитические статьи с библиографией;
- б) краткие, эмоционально окрашенные материалы, акцент на сенсации и личной жизни знаменитостей;
- в) строгий академический стиль и терминология;
- г) отсутствие иллюстраций.

**8 Что отличает «жёлтую» прессу как тип массовой газеты?**

- а) тщательная проверка фактов и ссылок на источники;
- б) сенсационность, спекуляции, акцент на скандалах и частной жизни, провокационные заголовки;
- в) глубокий экономический анализ и статистика;
- г) публикации исключительно научного и образовательного характера.

**Открытые вопросы:**

**9** Качественная газета предназначена для \_\_\_\_\_ аудитории

**10** Аудиторию массовой газеты определяет \_\_\_\_\_

**Тема 18. Развитие СМИ в условиях постиндустриального информационного общества**

**Закрытые вопросы:**

**1** Какой ключевой признак постиндустриального общества непосредственно влияет на развитие СМИ?

- а) преобладание аграрного сектора;
- б) доминирование сферы услуг и информационных технологий;
- в) рост тяжёлой промышленности;
- г) снижение урбанизации.

**2** Что понимается под «информационной безопасностью» в контексте СМИ?

- а) защита только военных секретов;
- б) обеспечение достоверности информации, защита от дезинформации, киберугроз и манипуляций;
- в) запрет на публикацию любых негативных новостей;
- г) отсутствие регулирования контента.

**3** Как информационное воздействие СМИ влияет на сознание аудитории?

- а) никак не влияет — аудитория полностью рациональна;
- б) формирует представления о реальности, ценности и поведенческие модели;
- в) воздействует только на детей и подростков;
- г) ограничивается передачей фактов без интерпретации.

**4** В чём проявляется зависимость индивида от информационного потока в постиндустриальном обществе?

- а) в полной невосприимчивости к новостям;
- б) в потребности постоянного обновления информации, страхе «отстать от повестки», синдроме информационной перегрузки;
- в) в отказе от цифровых устройств;
- г) в предпочтении исключительно печатных СМИ.

**5** Какой феномен отражает идею «информационного пузыря» (filter bubble) в современных СМИ?

- а) равномерное распределение всех точек зрения в медиaprостранстве;
- б) формирование персонализированной информационной среды, ограничивающей доступ к альтернативным взглядам;

- в) полное отсутствие алгоритмов в работе СМИ;
- г) обязательное присутствие экспертных мнений в каждой новости.

**6 Как СМИ используют информацию в качестве инструмента достижения целей?**

- а) исключительно для объективного информирования;
- б) для формирования общественного мнения, продвижения идей, мобилизации аудитории;
- в) только для развлечения и отвлечения внимания;
- г) без учёта последствий для аудитории.

**7 Что отличает «информационное общество» от предыдущих стадий развития?**

- а) низкий уровень грамотности населения;
- б) приоритет знаний, цифровых технологий и сетевых коммуникаций;
- в) отсутствие СМИ как института;
- г) полный отказ от бумажных носителей.

**8 Какая проблема возникает из-за избытка информации в постиндустриальном обществе?**

- а) дефицит новостей;
- б) информационная перегрузка, снижение способности к критическому анализу, распространение фейков;
- в) повышение качества всех публикаций;
- г) исчезновение традиционных СМИ.

**Открытые вопросы:**

**9 Основная роль информации в постиндустриальном обществе заключается в том, что \_\_\_\_\_**

**10 Информация в информационном обществе может восприниматься как конечная цель потому, что \_\_\_\_\_**

**5 семестр**

**Тема 1. Экономические аспекты функционирования СМИ**

**Закрытые вопросы:**

**1 Что означает «интервенция частного капитала в журналистику»?**

- а) полное государственное финансирование СМИ;
- б) вложение частных инвестиций в медиапроекты с целью получения прибыли;

- в) безвозмездная благотворительная поддержка редакций;
- г) запрет на участие бизнеса в медиаиндустрии.

## **2 В чём заключается товарная природа журналистской информации?**

- а) информация не имеет экономической ценности;
- б) информация создаётся и распространяется как продукт, имеющий рыночную стоимость и потребительскую ценность;
- в) информация может быть только общественным благом без коммерческой составляющей;
- г) стоимость информации определяется исключительно затратами на печать.

## **3 Что входит в финансовую политику редакции?**

- а) только распределение зарплат сотрудников;
- б) управление доходами и расходами, ценообразование, поиск источников финансирования, бюджетирование;
- в) исключительно работа с подписчиками;
- г) игнорирование рыночных показателей.

## **4 Зачем СМИ изучают информационный рынок?**

- а) чтобы полностью копировать конкурентов;
- б) для выявления потребностей аудитории, ниш, конкурентных преимуществ и перспективных форматов;
- в) исключительно для отчётности перед государством;
- г) изучение рынка не влияет на редакционную политику.

## **5 Какая модель финансирования СМИ считается наиболее устойчивой в рыночной среде?**

- а) исключительно государственные субсидии;
- б) диверсифицированная: сочетание подписки, рекламы, спонсорства, платных сервисов и иных доходов;
- в) единственный источник — благотворительные пожертвования;
- г) полный отказ от рекламы.

## **6 Что такое «оптимальная финансовая модель СМИ»?**

- а) модель с максимальной прибылью без учёта качества контента;
- б) баланс доходов и расходов, обеспечивающий долгосрочную работоспособность издания при соблюдении редакционных стандартов;
- в) модель, где все расходы покрываются одним рекламодателем;
- г) отсутствие бюджета как такового.

## **7 Что может снизить рентабельность СМИ?**

- а) рост тиража при неизменных издержках;
- б) увеличение производственных и лицензионных затрат, падение рекламных доходов, высокая конкуренция;

- в) расширение аудитории без изменения расходов;
- г) снижение стоимости бумаги.

### **8 Какие факторы влияют на ценообразование в СМИ?**

- а) только себестоимость печати;
- б) себестоимость, спрос, конкуренция, целевая аудитория, каналы распространения и добавленные сервисы;
- в) произвольное решение главного редактора;
- г) исключительно решения государства.

### **Открытые вопросы:**

**9 Основная цель редакционно-издательского маркетинга заключается в том, что \_\_\_\_\_**

**10 Реклама в экономике СМИ является \_\_\_\_\_**

## **Тема 2. Редакция как производственное учреждение**

### **Закрытые вопросы:**

**1 Какова ключевая особенность редакции газеты как производственно-творческой структуры?**

- а) исключительно административная функция без творческого компонента;
- б) сочетание творческого процесса создания контента с производственными операциями (вёрстка, печать, дистрибуция);
- в) работа только в цифровом формате без материальных носителей;
- г) отсутствие управленческой иерархии.

**2 Кто является руководителем редакционного коллектива и определяет информационную политику издания?**

- а) менеджер по рекламе;
- б) главный редактор;
- в) ответственный секретарь;
- г) главный бухгалтер.

**3 Что подразумевает «научная организация труда» в редакции?**

- а) отказ от планирования в пользу спонтанного творчества;
- б) внедрение рациональных методов работы, нормативов, автоматизации, оптимизация процессов;
- в) обязательное использование только бумажных носителей;
- г) запрет на применение цифровых инструментов.

**4 Какой инструментарий сегодня обязателен для современного журналиста?**

- а) только ручка и блокнот;
- б) компьютер, интернет, профессиональные базы данных, соцсети, ПО для обработки текста/изображений/видео;
- в) исключительно печатная справочная литература;
- г) аналоговые фотоаппараты и диктофоны без цифровой записи.

**5 Что отражает штатное расписание редакции?**

- а) список всех внештатных авторов;
- б) структуру подразделений, должности, количество штатных единиц и оклады;
- в) график выхода номеров без указания сотрудников;
- г) перечень рекламных партнёров.

**6 Какая правовая форма организации информационного бизнеса НЕ характерна для СМИ в России?**

- а) акционерное общество (АО);
- б) общество с ограниченной ответственностью (ООО);
- в) государственное/муниципальное учреждение;
- г) индивидуальное предпринимательство без юрлица (для крупных СМИ).

**7 Что является основным источником финансового капитала на информационном рынке России?**

- а) исключительно государственные субсидии;
- б) диверсифицированные доходы: реклама, подписка, спонсорство, гранты, продажа контента;
- в) только благотворительные пожертвования;
- г) доходы от немедийной деятельности (например, торговли товарами).

**8 Что определяет устав редакции согласно закону «О СМИ»?**

- а) только дизайн логотипа издания;
- б) взаимные права и обязанности учредителя, редакции и главного редактора, порядок управления, прекращения деятельности и др.;
- в) персональный состав корреспондентов;
- г) график отпусков сотрудников.

**Открытые вопросы:**

**9 Какие основные звенья традиционно выделяют в структуре редакции?** \_\_\_\_\_

**10 В функции коммерческих служб редакции входит** \_\_\_\_\_

**Тема 3. Маркетинг и менеджмент в сфере массмедиа**

## **Закрытые вопросы:**

### **1 Какие методы маркетинга наиболее востребованы в медиаиндустрии?**

- а) только наружная реклама и прямые рассылки;
- б) анализ аудитории, сегментация рынка, брендинг, цифровые каналы продвижения, А/В-тестирование;
- в) исключительно сарафанное радио;
- г) запрет на использование соцсетей.

### **2 Чем отличается бюджет печатного периодического издания от бюджета телерадиокомпании?**

- а) у печатных изданий нет расходов на производство;
- б) в печатных изданиях значительны затраты на бумагу и печать, в телерадио — на оборудование, эфирное время и контент-производство;
- в) телерадиокомпании не тратят деньги на маркетинг;
- г) бюджеты идентичны по структуре.

### **3 Что такое «бизнес-план СМИ» и какова его роль?**

- а) необязательный документ для внутреннего пользования;
- б) рабочий документ, определяющий цели, направления деятельности и способы достижения результатов, связанный с бюджетом;
- в) только список рекламных партнёров;
- г) график выхода номеров без финансовых показателей.

### **4 Какой вид менеджмента отвечает за формирование финансовой базы редакции?**

- а) творческий менеджмент;
- б) финансовый (экономический) менеджмент;
- в) кадровый менеджмент;
- г) логистический менеджмент.

### **5 Какие формы распространения характерны для печатного периодического издания?**

- а) только подписка;
- б) подписка, розничная продажа, дистрибуция в точках общественного пользования, цифровые копии;
- в) исключительно бесплатная раздача;
- г) только через почтовые сервисы без розничных точек.

### **6 Кто в редакции отвечает за разработку и реализацию рекламной политики?**

- а) главный редактор;
- б) менеджер по рекламе;

- в) ответственный секретарь;
- г) штатный фотограф.

**7 Что понимается под «медиаменеджментом»?**

- а) исключительно управление творческим коллективом;
- б) стратегическое и операционное управление медиапредприятием: планирование, организация, контроль контента и ресурсов;
- в) работа только с техническими службами;
- г) ведение бухгалтерии без участия в редакционной политике.

**8 Почему анализ целевой аудитории критичен для менеджмента СМИ?**

- а) чтобы исключить любые изменения в контенте;
- б) чтобы понимать потребности читателей/зрителей/слушателей и адаптировать продукт под их ожидания;
- в) исключительно для отчётности перед государством;
- г) анализ аудитории не влияет на редакционную политику.

**Открытые вопросы:**

**9 Главной целью маркетингового планирования в СМИ является \_\_\_\_\_**

**10 В основные функции службы маркетинга СМИ входит \_\_\_\_\_**

**Тема 4. Журналистика как область творческой деятельности**

**Закрытые вопросы:**

**1 Какие три основных вида деятельности традиционно выделяют в журналистской работе?**

- а) репортёрский, аналитический и рекламный;
- б) редакторский, организаторский и авторский;
- в) информационный, развлекательный и образовательный;
- г) текстовый, визуальный и аудио.

**2 Что входит в организаторскую функцию журналиста?**

- а) написание авторских колонок;
- б) планирование тем, координация работы корреспондентов, организация спецпроектов и мероприятий;
- в) только редактирование чужих текстов;
- г) исключительно работа с фото- и видеоматериалами.

**3 Что характеризует журналиста как творческую личность?**

- а) строгое следование шаблонам без проявления индивидуальности;
- б) способность к поиску нестандартных подходов, авторскому стилю,

- интерпретации фактов и созданию смыслов;
- в) отказ от анализа и опора только на цитаты;
- г) работа исключительно по готовым инструкциям без инициативы.

**4 Почему актуальность считается ключевым качеством массовой информации?**

- а) потому что она гарантирует высокую прибыль;
- б) потому что отражает значимость события для аудитории в текущий момент времени и отвечает на её запросы;
- в) потому что позволяет публиковать любые слухи без проверки;
- г) потому что исключает аналитику в пользу новостей.

**5 Что означает «оперативность» в журналистике?**

- а) скорость публикации материала при сохранении достоверности и контекста;
- б) публикация без проверки источников ради скорости;
- в) отсутствие комментариев и аналитики;
- г) использование исключительно коротких форматов.

**6 Какой вид творчества в СМИ ориентирован на объективное изложение фактов, системность и доказательность?**

- а) художественный;
- б) публицистический;
- в) научный;
- г) развлекательный.

**7 Что отличает публицистическое творчество от научного и художественного?**

- а) полное отсутствие эмоций и оценок;
- б) сочетание фактологии с авторской позицией, социальной значимостью и призывом к действию/размышлению;
- в) исключительно художественный вымысел;
- г) строго формализованный стиль без образности.

**8 Как соотносятся содержание и форма в публицистическом творчестве?**

- а) форма не имеет значения, важен только смысл;
- б) содержание определяет выбор формы (жанра, стиля, композиции), а форма усиливает воздействие содержания;
- в) форма всегда доминирует над содержанием;
- г) они независимы и не влияют друг на друга.

**Открытые вопросы:**

**9 Редакторская деятельность журналиста заключается в том, что он**

**10 Редакционная политика реализуется на практике по принципу \_\_**

## **Тема 5. Методы сбора информации в журналистике**

### **Закрытые вопросы:**

**1 Что относят к эмпирическим методам сбора информации в журналистике?**

- а) анализ статистических данных и вторичных источников;
- б) интервью, беседу, наблюдение, эксперимент;
- в) исключительно работу с официальными документами;
- г) теоретическое моделирование и прогнозирование.

**2 Для чего журналист может использовать эксперимент как метод сбора информации?**

- а) исключительно для развлекательного контента;
- б) чтобы проверить гипотезу, воспроизвести ситуацию или выявить скрытые механизмы процессов;
- в) вместо интервью с экспертами;
- г) только в научной журналистике без применения в новостных материалах.

**3 Что отличает метод включённого наблюдения от обычного наблюдения?**

- а) включённое наблюдение не требует согласия участников;
- б) журналист становится непосредственным участником изучаемой среды/события, чтобы получить глубинную информацию;
- в) это синонимы, обозначающие один и тот же метод;
- г) включённое наблюдение проводится исключительно скрытой камерой.

**4 Что входит в эмпирико-теоретические методы сбора информации?**

- а) только интуиция и творческий подход;
- б) работа с документами, анализ данных, сопоставление источников;
- в) исключительно опросы и анкетирование;
- г) использование только цифровых ресурсов без бумажных носителей.

**5 В чём преимущество анкетирования перед индивидуальным опросом?**

- а) позволяет быстро собрать данные от большого числа респондентов и провести статистический анализ;
- б) гарантирует 100 % достоверность ответов;
- в) не требует разработки вопросов заранее;
- г) исключает возможность анонимности.

**6 Как журналисты используют интернет-ресурсы и цифровые базы данных?**

- а) исключительно для поиска картинок;
- б) для поиска первоисточников, статистики, архивных материалов, мониторинга новостей и верификации фактов;
- в) только для публикации готового материала;
- г) как замену личному общению с экспертами.

**7 Что такое краудсорсинг в контексте сбора журналистской информации?**

- а) привлечение широкой аудитории (читателей, свидетелей) для сбора данных, свидетельств, фото/видео;
- б) автоматизированный сбор данных через ботов;
- в) покупка информации у анонимных источников;
- г) исключительно работа с государственными базами данных.

**8 В каких ситуациях оправдано применение дрон-журналистики?**

- а) для съёмки любых событий без ограничений;
- б) для получения кадров с труднодоступных ракурсов (стихийные бедствия, массовые мероприятия, экологические нарушения);
- в) как замена репортёру на месте события;
- г) только в развлекательных целях.

**Открытые вопросы:**

**9 Ключевое отличие интервью от обычной беседы в журналистской практике заключается в том, что \_\_\_\_\_**

**10 Включённое наблюдение особенно ценно для журналистских расследований потому, что \_\_\_\_\_**

**Тема 6. Использование информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров в прессе, на радио и телевидении**

**1 Какова главная цель информационных жанров в журналистике?**

- а) глубоко проанализировать причины событий и дать прогноз;
- б) оперативно рассказать о событии, ответив на вопросы «что? где? когда?»;
- в) художественно интерпретировать реальность через образы и метафоры;
- г) развлечь аудиторию юмористическим изложением фактов.

**2 Какой из перечисленных жанров НЕ относится к информационным?**

- а) информационная заметка;
- б) репортаж;
- в) статья;
- г) интервью.

### **3 Какие виды интервью выделяют в журналистике?**

- а) только протокольное и информационное;
- б) интервью-диалог, интервью-монолог, портретное, социологическое (опрос);
- в) исключительно экспертное и массовое;
- г) только письменное и устное.

### **4 В чём суть аналитических жанров журналистики?**

- а) в быстрой передаче фактов без комментариев;
- б) в объяснении причин событий, прогнозировании, аргументированной оценке;
- в) в художественном переосмыслении реальности;
- г) в сборе мнений случайных людей без анализа.

### **5 Какой жанр предполагает развёрнутое изложение авторской мысли с опорой на факты и аргументацию?**

- а) заметка;
- б) репортаж;
- в) статья;
- г) зарисовка.

### **6 Что объединяет художественно-публицистические жанры?**

- а) строгое следование фактам без эмоциональной окраски;
- б) сочетание актуальной темы с широкими возможностями художественной выразительности;
- в) отказ от анализа в пользу развлекательности;
- г) исключительно сатирическая направленность.

### **7 Какой жанр сочетает социологическое исследование, художественное представление действительности и опору на факты?**

- а) фельетон;
- б) памфлет;
- в) очерк;
- г) эссе.

### **8 В чём отличие фельетона от памфлета?**

- а) фельетон всегда серьёзен, а памфлет - юмористичен;
- б) фельетон чаще использует иронию и сатиру на бытовые пороки, памфлет - резкую обличительную критику социальных и политических явлений;
- в) это синонимы, обозначающие один жанр;
- г) фельетон пишется только в стихах, памфлет - в прозе.

### **Открытые вопросы:**

### **9 Отчёт от других информационных жанров отличает то, что он \_\_\_\_\_**

10 Для обозрения как аналитического жанра характерно \_\_\_\_\_

## Тема 7. Массово-информационное право и этика журналиста

### Закрытые вопросы:

**1 Какой документ в РФ является высшей юридической основой свободы слова и массовой информации?**

- а) Федеральный закон «О СМИ»;
- б) Конституция Российской Федерации (ст. 29);
- в) Европейская конвенция о защите прав человека;
- г) Всеобщая декларация прав человека.

**2 Какое международное соглашение прямо закрепляет право на свободу информации?**

- а) Устав ООН;
- б) Международный пакт о гражданских и политических правах (1966 г.);
- в) Женевские конвенции;
- г) Конвенция о правах ребёнка.

**3 Что из перечисленного НЕ является источником права СМИ в России?**

- а) Конституция РФ;
- б) Федеральный закон «О средствах массовой информации»;
- в) приказы Министерства культуры о репертуаре кинотеатров;
- г) постановления Правительства РФ по вопросам регулирования медиарынка.

**4 Кто вправе принимать законы о СМИ на уровне субъектов РФ?**

- а) исключительно Федеральное Собрание РФ;
- б) законодательные органы субъектов РФ в рамках, не противоречащих федеральному законодательству;
- в) главы субъектов РФ единолично;
- г) местные органы самоуправления.

**5 Какова роль Конституционного Суда РФ в правовом регулировании СМИ?**

- а) рассмотрение трудовых споров в редакциях;
- б) проверка конституционности законов и нормативных актов, затрагивающих свободу массовой информации;
- в) выдача лицензий на вещательную деятельность;
- г) прямое управление государственными СМИ.

**6 Что означает запрет цензуры в соответствии с российским законодательством?**

- а) отсутствие любой предварительной проверки материалов перед публикацией;
- б) недопустимость требования от редакции предварительно согласовывать материалы с госорганами;
- в) разрешение публиковать любые сведения без последствий;
- г) отмену ответственности за клевету и разжигание ненависти.

**7 Какие ограничения свободы массовой информации допустимы по Конституции РФ и международным обязательствам России?**

- а) любые, по усмотрению местных властей;
- б) только те, что установлены федеральным законом и необходимы в демократическом обществе (защита прав других лиц, госбезопасности, общественного порядка и т. п.);
- в) ограничения только по решению главного редактора;
- г) никаких ограничений не допускается.

**8 Что входит в основные элементы свободы массовой информации согласно международно-правовым стандартам?**

- а) свобода искать, получать, хранить и распространять информацию законными способами;
- б) право на анонимную публикацию без указания авторства;
- в) право игнорировать авторские права;
- г) право на доступ ко всем государственным секретам.

**Открытые вопросы:**

**9 Ст. 29 Конституции РФ в сфере информации гарантирует \_\_\_\_\_**

**10 Принцип свободы печати в российской правовой системе заключается в том, что \_\_\_\_\_**

**Тема 8. Закон РФ «О средствах массовой информации»**

**Закрытые вопросы:**

**1 Когда был принят Закон РФ «О средствах массовой информации»?**

- а) в 1990 году;
- б) в 1991 году;
- в) в 1992 году;
- г) в 1993 году.

**2 Что из перечисленного не относится к основным понятиям, используемым в Законе «О СМИ»?**

- а) массовая информация;

- б) средство массовой информации;
- в) периодическое печатное издание;
- г) государственная тайна.

**3 В каком случае деятельность СМИ может быть приостановлена по решению учредителя?**

- а) при нарушении требований статьи 4 Закона (злоупотребление свободой массовой информации);
- б) в случаях, предусмотренных уставом редакции или договором между учредителем и редакцией;
- в) при неоднократных нарушениях законодательства в течение года;
- г) по требованию регистрирующего органа.

**4 Какие ограничения накладывает Закон на использование СМИ?**

- а) запрет на рекламу;
- б) запрет на использование в целях совершения уголовно наказуемых деяний, разглашение государственной тайны, распространение экстремистских материалов;
- в) запрет на критику государственных органов;
- г) запрет на публикацию материалов, не согласованных с учредителем.

**5 Кто несёт ответственность за нарушения законодательства о СМИ?**

- а) только редакция и журналист;
- б) только учредитель;
- в) учредители, редакции, издатели, распространители, государственные органы, организации, учреждения, предприятия и общественные объединения, должностные лица, журналисты, авторы распространённых сообщений и материалов;
- г) только государственные органы.

**6 Что происходит с уставом редакции при прекращении деятельности СМИ?**

- а) он передаётся другому СМИ;
- б) он становится недействительным;
- в) он хранится в архиве;
- г) он передаётся учредителю.

**7 В каком случае регистрация СМИ может быть признана недействительной?**

- а) при отсутствии деятельности СМИ более года;
- б) при однократном нарушении законодательства;
- в) при изменении учредительных документов;
- г) при передаче прав учредителя другому лицу.

## Открытые вопросы:

8 Учредителем средства массовой информации согласно Закону может быть \_\_\_\_\_

9 Деятельность СМИ может быть прекращена судом в случае \_\_\_\_\_

10 Редакционный устав - это \_\_\_\_\_

## Тема 9. Этика журналиста

### Закрытые вопросы:

1 Какой документ концентрирует профессионально-этические основы журналистской деятельности в России?

- а) Закон РФ «О СМИ»;
- б) Кодекс профессиональной этики российского журналиста;
- в) Трудовой кодекс РФ;
- г) Конституция РФ.

2 Какое из перечисленных правил относится к ключевым этическим нормам при работе с источниками информации?

- а) право журналиста не раскрывать источник, если это угрожает безопасности человека;
- б) обязательное указание имени любого источника, независимо от его пожеланий;
- в) возможность использовать анонимные источники без проверки достоверности;
- г) запрет на использование неофициальных источников.

3 Что предполагает принцип объективности в журналистской этике?

- а) полный отказ от авторской позиции;
- б) представление разных точек зрения, проверку фактов, исключение предвзятости;
- в) публикацию только официальной информации;
- г) игнорирование альтернативных мнений ради ясности текста.

4 Как журналист должен поступать с информацией, которая может нанести вред репутации человека?

- а) публиковать без проверки, если информация получена от надёжного источника;
- б) проверять достоверность, предоставлять право на ответ, избегать необоснованных обвинений;
- в) скрывать любую негативную информацию;
- г) публиковать только с согласия упомянутого лица.

**5 Какое действие считается этическим нарушением при работе с интервью?**

- а) запись разговора с согласия собеседника;
- б) искажение цитат, вырывание фраз из контекста, добавление несуществующих реплик;
- в) уточнение у собеседника правильности зафиксированных слов;
- г) указание даты и места проведения интервью.

**6 Что означает принцип ответственности в журналистской этике?**

- а) ответственность только перед редактором;
- б) осознанное отношение к последствиям публикаций, исправление ошибок, учёт интересов аудитории и общества;
- в) отказ от критики власти;
- г) следование мнению большинства читателей.

**7 Как следует поступать журналисту при обнаружении ошибки в опубликованном материале?**

- а) игнорировать, чтобы не подрывать доверие к изданию;
- б) оперативно опубликовать исправление или опровержение, указав характер и причину ошибки;
- в) удалить материал без уведомления аудитории;
- г) переложить ответственность на источник информации.

**8 Что недопустимо с точки зрения журналистской этики при освещении трагических событий?**

- а) оперативное информирование аудитории;
- б) эксплуатация страданий людей, вторжение в частную жизнь, демонстрация шокирующих кадров без необходимости;
- в) цитирование официальных лиц;
- г) привлечение экспертов для комментариев.

**Открытые вопросы:**

**9 Главной целью профессиональной этики журналиста является \_\_\_\_\_**

**10 Журналист вправе сохранить анонимность источника в случае \_\_\_\_\_**

**Тема 10. Техника и технология СМИ**

**Закрытые вопросы:**

**1 Какой этап является начальным в современном полиграфическом производстве?**

- а) печать тиража;

- б) допечатная подготовка (вёрстка, цветокоррекция, создание печатных форм);
- в) упаковка готовой продукции;
- г) доставка в точки распространения.

## **2 Как классифицируются шрифты в полиграфии?**

- а) только по размеру (кеглию);
- б) по гарнитуре (например, рубленые, засечные, декоративные), начертанию (жирное, курсивное) и кеглю;
- в) исключительно по цвету;
- г) по алфавиту без дополнительных категорий.

## **3 В чём ключевое преимущество компьютерной технологии в полиграфическом производстве?**

- а) увеличение расхода бумаги;
- б) ускорение процессов вёрстки, редактирования, цветокоррекции и подготовки к печати;
- в) обязательное использование аналоговых методов;
- г) ограничение возможностей дизайна.

## **4 В чём суть офсетного способа печати?**

- а) краска наносится напрямую с формы на бумагу;
- б) краска передаётся с печатной формы на промежуточный цилиндр (офсетный), а затем на бумагу, что обеспечивает высокое качество и тиражируемость;
- в) используется только для цифровых отпечатков;
- г) это синоним трафаретной печати.

## **5 Какие виды печатных машин наиболее распространены в современной полиграфии?**

- а) исключительно ручные прессы;
- б) листовые и рулонные офсетные машины, цифровые печатные устройства;
- в) только матричные принтеры;
- г) машины для гравировки по металлу.

## **6 Что такое печатная форма в полиграфии?**

- а) бланк для заполнения данных;
- б) пластина или цилиндр с нанесённым изображением (текстом/графикой), с которой краска передаётся на бумагу;
- в) обложка издания;
- г) электронный файл макета.

## **7 Для чего используются настольные издательские системы (НИС)?**

- а) для приготовления пищи в редакционных столовых;
- б) для вёрстки, дизайна, обработки изображений и подготовки файлов к печати;

- в) только для написания текстов;
- г) исключительно для бухгалтерского учёта.

**8 Какой фактор критически влияет на качество полиграфической продукции?**

- а) цвет стен в типографском цехе;
- б) разрешение печатных форм, точность цветопередачи, качество бумаги и красок;
- в) количество сотрудников в типографии;
- г) время года.

**Открытые вопросы:**

**9 К основным материально-техническим средствам производства периодических изданий относятся \_\_\_\_\_**

**10 Печать газет от печати журналов отличается тем, что \_\_\_\_\_**

**Тема 11. Особенности организации редакционных процессов в СМИ**

**Закрытые вопросы:**

**1 Какова основная задача редакционного процесса при выпуске печатного СМИ?**

- а) исключительно создание текстов без учёта вёрстки и сроков;
- б) координация всех этапов: от планирования номера до сдачи тиража в дистрибуцию;
- в) только взаимодействие с рекламодателями;
- г) исключительно проверка фактов без участия в производственном цикле.

**2 Какой этап обычно открывает редакционный цикл выпуска газеты/журнала?**

- а) вёрстка полос;
- б) планерка (составление плана номера, распределение заданий);
- в) печать тиража;
- г) рассылка готовой продукции.

**3 Какие меры относятся к охране окружающей среды в полиграфическом производстве?**

- а) сброс отработанных растворителей в канализацию;
- б) утилизация отходов печати, использование экологичных красок и бумаги, энергосбережение;
- в) отказ от переработки макулатуры;
- г) увеличение выбросов летучих органических соединений.

**4 Какое техническое средство НЕ относится к базовому оснащению редакции печатного СМИ?**

- а) компьютеры с издательским ПО;
- б) печатные машины офсетной печати;
- в) сканеры и цифровые камеры;
- г) серверы для хранения контента.

**5 Что является ключевым элементом технического оснащения радиовещательной студии?**

- а) только микрофоны;
- б) микшерный пульт, микрофоны, аудиоинтерфейсы, системы записи и трансляции, ПО для монтажа;
- в) исключительно компьютеры без специализированного оборудования;
- г) видеооборудование для телеэфира.

**6 Что такое ньюсрум на телевидении?**

- а) помещение для хранения архивных материалов;
- б) центр оперативного управления новостным производством: планирование, сбор, обработка и выпуск сюжетов;
- в) студия для записи ток-шоу;
- г) административный офис руководства.

**7 Какая функция НЕ относится к работе ньюсрума?**

- а) мониторинг информационных потоков;
- б) оперативное редактирование и монтаж видеоматериалов;
- в) планирование рекламных кампаний вне эфира;
- г) координация работы корреспондентов и операторов.

**8 Что обеспечивает эффективная организация редакционного процесса?**

- а) хаотичность в распределении задач;
- б) соблюдение сроков выпуска, качество контента и слаженность работы коллектива;
- в) минимизацию взаимодействия между отделами;
- г) отказ от планирования в пользу импровизации.

**Открытые вопросы:**

**9 В требования техники безопасности при работе в типографском цехе входят \_\_\_\_\_**

**10 Какие технические средства обязательны для телевизионной студии?**

**Тема 12. Технические аспекты деятельности цифровых СМИ**

## **Закрытые вопросы:**

### **1 Что означает конвергенция в деятельности цифровых СМИ?**

- а) полное отделение онлайн-версии от печатного издания;
- б) объединение различных форматов (текст, видео, аудио, инфографика) и платформ в едином медиапродукте;
- в) отказ от мультимедийного контента в пользу текстовой информации;
- г) использование только социальных сетей для распространения контента.

### **2 Какой инструмент обеспечивает интерактивную обратную связь с аудиторией в цифровых СМИ?**

- а) исключительно печатные анкеты;
- б) комментарии под публикациями, опросы, чаты, формы обратной связи, соцсети;
- в) только электронная почта редакции;
- г) офлайн-встречи с читателями без онлайн-взаимодействия.

### **3 В чём заключается суть мультиканальности СМИ?**

- а) в публикации идентичного контента на всех платформах без адаптации;
- б) в создании контента, адаптированного под специфику каждого канала (соцсети, email-рассылки, push-уведомления);
- в) в отказе от кросс-публикации материалов;
- г) в использовании только одного канала коммуникации.

### **4 Что является ключевым инструментом дата-журналистики?**

- а) интуитивный отбор фактов;
- б) анализ больших массивов данных, визуализация статистики, работа с базами данных и API;
- в) исключительно интервью с экспертами;
- г) рерайт новостных сообщений.

### **5 Какова роль сторителлинга в мультимедийной журналистике?**

- а) замена фактов художественным вымыслом;
- б) структурирование информации в форме истории с завязкой, кульминацией и развязкой для усиления вовлечённости аудитории;
- в) отказ от логической последовательности изложения;
- г) исключительно использование длинных текстов без мультимедиа.

### **6 Что отличает мультимедийную редакцию от традиционной?**

- а) отсутствие редакторов и менеджеров;
- б) работа кросс-функциональных команд (журналисты, дизайнеры, видеографы, разработчики), интеграция разных форматов контента;

- в) фокус только на текстовых материалах;
- г) отказ от цифровых инструментов в пользу аналоговых методов.

**7 Какой формат НЕ характерен для мультимедийного сторителлинга?**

- а) лонгрид с интерактивными элементами;
- б) видеорепортаж без звука и текста;
- в) интерактивная карта с аудиокомментариями;
- г) слайд-шоу с закадровым текстом и анимацией.

**8 Что необходимо для организации работы мультимедийной редакции?**

- а) только текстовые редакторы;
- б) единая CMS, инструменты для видеомонтажа, графики, аналитики, системы управления проектами;
- в) исключительно бумажные носители для планирования;
- г) отсутствие координации между специалистами разных направлений.

**Открытые вопросы:**

**9 Термин «мультиплатформенность» в цифровой журналистике подразумевает \_\_\_\_\_**

**10 Журналистика дополненной реальности (AR) применяется для \_\_\_\_**

**Итоговый тест по дисциплине:**

**1 Термин «средства массовой информации» был разработан**

- А социологами
- Б филологами
- В философами

**2 Словом «газета» изначально называли**

- А папку для бумаг
- Б мелкую венецианскую монету
- В печатный станок

**3 К новым медиа относятся**

- А телевидение
- Б цифровые медиа
- В нейросети

**4 Массовая информация – это ...**

**5 Существуют три вида традиционного телевидения (впишите недостающий элемент)**

- А эфирное

Б кабельное  
В \_\_\_\_\_

**6 Книгопечание изобрел**

А И. Федоров  
Б Н. Тесла  
В И. Гутенберг

**7 Исходной функцией журналистики (по Е. Прохорову) является**

А культурно-просветительская  
Б идеологическая  
В коммуникативная

**8 Журналистское расследование – это ...**

**9 Журналистский текст, в котором реализованы все функции называют**

А монофункциональным  
Б функциональным  
В полифункциональным

**10 Назовите «четыре теории прессы» (концепция Ф. Сиберта, Т. Петерсона и У. Шрамма)**

**11 Ежедневная римская протогазета называлась**

А «Acta Senatus»  
Б «Acta diurna populi Romani»  
В «Commentarius rerum novarum»

**12 Первые еженедельные газеты появились в**

А Германии  
Б Польше  
В Великобритании

**13 В XVII-XIX веках основными видами периодических изданий являлись (впишите недостающий элемент)**

А газеты  
Б журналы  
В \_\_\_\_\_

**14 Т. Ренодо является основателем**

А первой французской газеты  
Б первого французского журнала  
В первого французского издательства

**15 Какое техническое изобретение способствовало развитию массовой прессы?**

- А телетайп
- Б телефон
- В линотип

**16 Какую газету основал император Петр I?**

**17 М.О. Вольф издавал журнал**

- А «Вокруг света»
- Б «Огонек»
- В «Задуманное слово»

**18 Какая из дореволюционных газет имела самый большой тираж?**

**19 Желтая пресса зародилась в**

- А России
- Б США
- В Великобритании

**20 Р. Мердок является владельцем газеты**

- А Daily mirror
- Б Bild
- В Times

**21 Транснациональная медиа-корпорация – это ...**

**22 Какая газета попала в Книгу рекордов Гиннеса как издание с самым большим тиражом?**

- А «Известия»
- Б «Аргументы и факты»
- В «Коммерсант»

**23 Назовите признаки качественной газеты**

**24 Мировое информационное пространство включает в себя (продолжите высказывание)**

**25 Газета «Ведомости» относится к**

- А деловым изданиям
- Б общественно-политическим изданиям
- В развлекательным изданиям

## 26 Назовите виды редакций СМИ

### 27 Основным источником дохода СМИ является

- А подписка
- Б продажа в розницу
- В реклама

28 «Новость – это ..... факт» (допишите недостающую часть высказывания)

### 27 К методам сбора информации в журналистике не относится

- А RSS-каналы
- Б продакшн
- В краудсорсинг

### 29 К информационным жанрам журналистики не относится

- А очерк
- Б заметка
- В репортаж

30 «Статья – это ... журналистики» (вставьте недостающее слово в высказывание)

## 9.6.2 Контрольные вопросы промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

### Примерные теоретические вопросы, выносимые на зачет в 3 семестре

- 1 Процесс массовой коммуникации и СМИ.
- 2 Основные понятия и термины современной науки о журналистике.
- 3 Коммуникация и информация.
- 4 Массовая коммуникация, средства массовой коммуникации.
- 5 Массовая информация, средства массовой информации.
- 6 СМИ и массмедиа.
- 7 Система отношений «журналист-аудитория».
- 8 Особенности терминологии в области цифровых СМИ.
- 9 Массовая информация как ключевая категория в сфере масс медиа
- 10 Природа и сущность информации.
- 11 Атрибутивные свойства информации.
- 12 Прагматические свойства информации.
- 13 Динамические свойства информации.
- 14 Информационное поле и информационные потоки.
- 15 Массовая информация как вид социальной информации.
- 16 Информационные потребности источника информации и аудитории  
СМИ.

- 17 Социальное предназначение журналистики
- 18 Журналистика как фактор социального управления.
- 19 Журналистика как социальный институт и как институт гражданского общества.
- 20 Роль СМИ и журналистики как сферы деятельности в жизни современного общества.
- 21 Общественно-политические аспекты деятельности СМИ
- 22 Характер и пределы властных возможностей СМИ.
- 23 Журналистика и политика.
- 24 Информационная политика средства массовой информации.
- 25 Политическая культура журналиста.
- 26 Этические аспекты участия журналиста в политической и общественной жизни.
- 27 Функции журналистики.
- 28 Функции журналистики и функции СМИ
- 29 Функции журналистики, их обоснование.
- 30 Функции журналистики по С. Корконосенко.
- 31 Функции журналистики по Е. Прохорову.
- 32 Коммуникативная, идеологическая и культурно-просветительская функции.
- 33 Методологические функции журналистики.
- 34 Взаимодействие функций журналистики.
- 35 Монофункциональный и полифункциональный текст.
- 36 Коммуникативная функция как исходная функция журналистики.
- 37 Особенности установления контакта между журналистом и аудиторией СМИ.
- 38 Цель и средства общения в журналистике.
- 39 Вербальная и невербальная коммуникация в среде массмедиа.
- 40 Особенности применения универсальной формулы построения коммуникации Лассуэла в деятельности журналиста.
- 41 Особенности зарубежных теорий и концепций журналистики.
- 42 Концепция «четыре теории прессы» Ф. Сиберта, Т. Петерсона и У. Шрамма.
- 43 Концепция «четвертой власти» У. Росту, Д. Белла и Э. Багерстама.
- 44 Концепция «демократуры» Ж. Мерме и концепция «медиакратии» Ф.-А. де Вирье.
- 45 Манипуляция сознанием аудитории СМИ. Г. Шиллер: 5 основных мифов манипуляции сознанием.

#### **Примерные теоретические вопросы, выносимые на зачет с оценкой в 4 семестре**

- 1 Предпосылки возникновения журналистики как сферы деятельности. Информация и коммуникация в контексте дописьменной культуры. Функция знака в древности.

2 Устные и письменные формы коммуникации в Древнем мире и европейском Средневековье.

3 Развитие форм коммуникации в Древнем Египте и Месопотамии. Устные и письменные тексты в античной Греции и Древнем Риме. Феномен протогазеты в Древнем Риме.

4 Особенности развития коммуникации в условиях западноевропейского средневековья. Книги, летописи, хроники, рукописи как информационные средства.

5 Становление и развитие зарубежной периодической печати в XVII–XVIII веках. Изобретение книгопечатания как поворотный пункт в истории журналистики.

6 Эпоха Просвещения и журналистика. Борьба за свободу прессы. Теории свободы печати.

7 Журналистика в буржуазных революциях. Великая французская революция и пресса.

8 Становление международной системы массовой коммуникации в XIX веке. Формирование элитной и массовой прессы: издатели и журналисты в борьбе за аудиторию.

9 Становление и развитие российской периодической печати в XVII–XVIII веках. «Вести-Куранты» (1600–1702) как прообраз газеты. Первая русская печатная газета «Ведомости» (1702–1727) как одно из средств пропаганды петровских реформ.

10 Русская журналистика 1730–90-х гг. Академия наук как издатель и цензор.

11 Русская журналистика в первые годы XIX века и в период Отечественной войны 1812 года.

12 Русская журналистика в период с 1826 по 1855 гг.

13 Журналисты и издатели конца XIX – начала XX века и их роль в развитии типологии русской периодики.

14 Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки в первой половине XX века.

15 Печать и радио в дни Октябрьского переворота. Гражданская война и журналистика.

16 Нэп и журналистика. Советская журналистика в годы первой пятилетки (1928–1932 гг.).

17 Основные темы печати и радио СССР в 1941–45 гг.

18 Особенности проблематики периодической печати в первые послевоенные годы.

19 Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки во второй половине XX века. Транснациональные медиа-корпорации.

20 Развитие средств передачи и распространения информации в начале XXI века.

21 Развитие системы массмедиа России во второй половине XX века.

22 Средства массовой информации СССР в 1954–64 годах. Развитие радиовещания и телевидения. Программа «Время» (с 1968 г.).

23 Перестройка и журналистика.

24 Российская журналистика в период с 1991 по 2000 год: становление новой системы СМИ в условиях ухудшения экономической ситуации.

25 Массмедиа России и зарубежных стран в с 2000 по 2021 год в рамках глобализации и формирования постиндустриального информационного общества.

26 СМИ зарубежных стран в условиях информационной революции.

27 Применение интернет-технологий в деятельности СМИ.

28 Средства массовой информации в мировом информационном пространстве.

29 Основные тенденции развития системы СКМ и СМИ в условиях постиндустриального информационного общества.

30 Глобализация как феномен медиасферы конца XX-начала XXI веков. Конвергенция СМИ как тренд начала XXI века.

31 Роль блогосферы, мессенджеров и социальных сетей в становлении СМИ нового формата.

32 Система средств массовой информации России в начале XXI века.

33 Периодическая печать, радио и телевидение как традиционные компоненты системы СМИ.

34 Выразительные средства радио и телевидения как СМИ

35. Радио и телевидение как СКМ и СМИ.

36 Понятие «типа издания» как единицы расчленения.

37 Типологические характеристики газетной периодики. Пять основных типологических признаков газеты.

38 Традиции советской системы СМИ в деятельности современных российских газет.

39 Типологические характеристики журнальной периодики.

40 Отраслевые журналы и их перспективы в рамках постиндустриального информационного общества.

41 Основные типологические признаки качественной газеты.

42 Формат, объем, структура и аудитория массовой прессы.

43 «Желтая» пресса как тип массовой газеты.

44 Влияние концепций постиндустриального и информационного общества на деятельность СМИ.

45 Информационное воздействие на сознание аудитории СМИ.

### **Примерные теоретические вопросы, выносимые на экзамен в 5 семестре**

1 Экономические аспекты функционирования СМИ

2 Журналистская информация как товар.

3 Основы редакционно-издательского маркетинга и финансовая политика редакции.

4 Виды и формы распространения современного печатного периодического издания.

5 Особенности журналистской работы в рамках редакции.

6 Инструментарий современного журналиста.

7 Редакция газеты как производственно-творческая структура. Структура редакции.

8 Правовые и экономические формы организации массово-информационного бизнеса. Финансовый капитал на информационном рынке России.

9 Бюджет редакции печатного периодического издания.

10 Особенности бюджета радиостанции, телерадиокомпании и информационного агентства.

11 Планирование и методы маркетинга. Служба маркетинга СМИ.

12 Современный менеджмент и СМИ.

13 Редакторский, организаторский и авторский виды журналистской деятельности.

14 Журналист как творческая личность.

15 Эмпирические методы сбора информации в журналистике.

16 Эмпирико-теоретические методы сбора информации в журналистике. Работа с документами.

17 Краудсорсинг и RSS-каналы как новые методы сбора информации в журналистике. Дрон-журналистика.

18 Использование информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров в прессе, на радио и телевидении.

19 Информационные жанры: общая характеристика.

20 Аналитические жанры: общая характеристика.

21 Художественно-публицистические жанры: общая характеристика.

22 Законодательство России о СМИ и концепция свободы печати.

23 Закон РФ «О средствах массовой информации» (1991 г.): общая характеристика. Основные понятия, используемые в законе.

24 Закон РФ «О СМИ»: учреждение и регистрация СМИ. Понятие учредителя. Договор между учредителем и редакцией.

25 Закон РФ «О СМИ»: редакционный устав, содержание и процедура принятия.

26 Закон РФ «О СМИ»: редакция, журналист, издатель, распространитель, их взаимные права и обязанности.

27 Закон РФ «О СМИ»: злоупотребление свободой массовой информации.

28 Этика профессиональная и служебная как важнейший момент профессионального становления журналиста.

29 Кодекс профессиональной этики российского журналиста как концентрация профессионально-этических основ журналистской деятельности.

30 Международные этические кодексы, регулирующие деятельность СМИ.

- 31 Журналист и источники информации: этический аспект.
- 32 Материально-технические средства производства периодических изданий.
- 33 Основы современного полиграфического производства, средства полиграфического воспроизведения текста. Шрифты и их классификация
- 34 Компьютерные технологии в полиграфическом производстве.
- 35 Специфика печати газет и журналов: виды печати, технология изготовления печатных форм, современные настольные издательские системы.
- 36 Особенности организации редакционных процессов в современных СМИ.
- 37 Организация редакционных процессов при выпуске печатных СМИ.
- 38 Требования техники безопасности и охраны окружающей среды в рамках деятельности СМИ.
- 39 Технические средства печатных СМИ, радиовещания и телевидения.
- 40 Организация работы ньюсрума на телевидении.
- 41 Технические аспекты деятельности цифровых СМИ
- 42 Процессы интеграции и конвергенции в рамках деятельности цифровых СМИ.
- 43 Интерактивные способы обратной связи с аудиторией в СМИ.
- 44 Журналистика дополненной и виртуальной реальности. Дата-журналистика.
- 45 Сторителлинг в мультимедийной журналистике. Организация работы мультимедийной редакции.

## **Примерные типовые задачи для проведения промежуточной аттестации**

### **Задача 1**

Компания Renault представила для своего модельного ряда в России подключаемые сервисы Renault Connect. Система позволяет дистанционно управлять автомобилем и некоторыми его функциями через смартфон.

В комплекс Renault Connect входит мультимедиа Easy Link, мобильное приложение, телематический блок, дистанционные сервисы.

Из функционала доступно следующее: запуск мотора с вентиляцией салона, информация об автомобиле (пробег и т. п.), связь с экстренными службами, местонахождение транспортного средства, встроенная навигация (с пробками, стоимостью топлива и погодой), воспроизведение музыки, звонки в режиме громкой связи, быстрый доступ к приложениям, прогрев/охлаждение салона, открытие/закрытие дверей.

Система с 8 апреля появилась исключительно на Arkana, Kaptur, Duster, оборудованные мультимедиа Easy Link. При этом доплата за Renault Connect отсутствует и действует льготный период использования до 2024 года. Renault Connect можно дооснастить кроссоверы, которые были проданы после 11 марта.

Отметим, онлайн-продажи марки в 2020 году увеличились в три раза по сравнению с 2019 годом. Новая платформа разработана Альянсом Renault-Nissan-Mitsubishi.

*Каковы источники информации, которая использовалась при написании данного текста?*

## **Задача 2**

Средне-Невский судостроительный завод (СНСЗ) приступил к строительству первого в России безэкипажного научно-исследовательского судна «Пионер-М» проекта 25700. Как пояснили в пресс-службе СНСЗ, стоимость судна составляет 300 млн руб., заказчиком выступает Севастопольский государственный университет. «Мы ожидаем, что в перспективе нам могут поступить и другие заказы на производство научно-исследовательских судов», — отметили в пресс-службе СНСЗ.

Судно будет строиться на трех производственных площадках. Так, СНСЗ выполнит работы по формированию композитного корпуса. Крымское предприятие «Судокомполит» создаст надстройку, а Севастопольский морской завод (филиал Центра судоремонта «Звездочка») проведет финальный монтаж, сборку и достройку судна.

«Пионер-М» разработан сотрудниками Севастопольского государственного университета на базовой кафедре «Инновационное судостроение и технологии освоения шельфа», созданной ЦКБ «Коралл». «Пионер» — это маломерное научно-исследовательское судно катамаранного типа с корпусом из композитных материалов. Оно будет использоваться для широкого спектра научно-исследовательских работ в прибрежных районах Черного моря и Азовского морей, в том числе в океанографических, гидробиологических, гидрохимических, водолазных работах.

*Для каких целевых аудиторий предназначен текст?*

*Составьте пресс-релиз от имени пресс-службы СНСЗ на основе информации, изложенной в данном тексте.*

## **Задача 3**

Региональная издательская фирма открывает новую молодежную газету. газета должна быть общенациональной, выходить в цвете и с первых номеров завоевать сердца аудитории ярким дизайном и качественным содержанием.

Приглашены молодые, честолюбивые журналисты, газете придумано название «Ну и молодежь», привлечен харизматичный дизайнер, который так обыграл название, что все поняли, газетой выбран путь развития — через скандал... При этом в издании используется качественный контент: каждый текст либо подтвержден личным опытом, либо исходит от эксперта (запрещены: женские тексты о дедовщине, мужские — об ощущениях рожениц, общие рассуждения о жизни наркоманов и т.п.). Газета пишет на животрепещущие темы, говорит с читателями шершавым языком сверстников, ставит проблемы жестко и экспрессивно, чтобы смысл доходил до адресата.

*Задача: сформулировать маркетинговые цели по продвижению СМИ.*

#### **Задача 4**

Авиакомпания «Россия» закупила партию недоброкачественных шоколадных батончиков у поставщика, с которым работала более десяти лет. В результате пострадало более десяти человек.

*Каким образом вы будете работать с журналистами в этой ситуации?*

*Перечислите неприемлемые способы взаимодействия со СМИ в условиях данного кризиса.*

### **10. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины**

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо внимательно ознакомиться с тематическим планом занятий и списком рекомендованной литературы. Также ему следует уяснить, что уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях и практических занятиях. Также в этом процессе важное значение имеет самостоятельная работа, направленная на вовлечение обучающегося в самостоятельную познавательную деятельность и формирование у него методов организации такой деятельности с целью формирования самостоятельности мышления, способностей к профессиональному саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации в современных условиях.

Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и практические занятия. В ходе лекции преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия, а также соответствующие теоретические и практические проблемы, дает задания и рекомендации для практических занятий, а также указания по выполнению обучающимся самостоятельной работы.

Задачами лекций являются:

- ознакомление обучающихся с целями, задачами и структурой дисциплины, ее местом в системе наук и связями с другими дисциплинами;
- краткое, но по существу, изложение комплекса основных научных понятий, подходов, методов, принципов данной дисциплины;
- краткое изложение наиболее существенных положений, раскрытие особенно сложных, актуальных вопросов, освещение дискуссионных проблем;
- определение перспективных направлений дальнейшего развития научного знания в данной области.

Темы лекций и рассматриваемые в ходе их вопросы приведены в п. 5.3.

Значимым фактором полноценной и плодотворной работы обучающегося на лекции является культура ведения конспекта. Принципиально неверным, но получившим в наше время достаточно широкое распространение, является

отношение к лекции как к «диктанту», который обучающийся может аккуратно и дословно записать. Слушая лекцию, необходимо научиться выделять и фиксировать ее ключевые моменты, записывая их более четко и выделяя каким-либо способом из общего текста.

Полезно применять какую-либо удобную систему сокращений и условных обозначений. Применение такой системы поможет значительно ускорить процесс записи лекции. Конспект лекции предпочтительно писать в одной тетради, а не на отдельных листках, которые потом могут затеряться. Рекомендуются в конспекте лекций оставлять свободные места, или поля, например, для того, чтобы была возможность записи необходимой информации при работе над материалами лекций.

При ведении конспекта лекции необходимо четко фиксировать рубрикацию материала – разграничение разделов, тем, вопросов, параграфов и т. п.

Обязательно следует делать специальные пометки, например, в случаях, когда какое-либо определение, положение, вывод остались неясными, сомнительными. Иногда обучающийся не успевает записать важную информацию в конспект. Тогда необходимо сделать соответствующие пометки в тексте, чтобы не забыть, восполнить эту информацию в дальнейшем.

Качественно сделанный конспект лекций поможет обучающемуся в процессе самостоятельной работы и при подготовке к промежуточной аттестации.

Практические занятия по дисциплине проводятся в соответствии с п. 5.4 по отдельным группам. Цели практических занятий: закрепить теоретические знания, полученные студентом на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы.

Темы практических занятий заранее сообщаются обучающимся для того, чтобы они имели возможность подготовиться и проработать соответствующие теоретические вопросы дисциплины. В начале каждого практического занятия преподаватель:

- кратко доводит до обучающихся цели и задачи занятия, обращая их внимание на наиболее сложные вопросы по изучаемой теме;
- проводит устный опрос обучающихся, в ходе которого также обсуждаются дискуссионные вопросы. (пункт 5.1)

На практических занятиях обучающиеся представляют самостоятельно подготовленные доклады, в том числе в виде презентаций, которые выполнены в MS PowerPoint, конспектируют новую информацию и обсуждают эти доклады. Преподаватель в этом процессе может выступать в роли консультанта или модератора.

По итогам лекций и практических занятий преподаватель выставляет в журнал полученные обучающимся баллы, согласно п. 9.1 и п. 9.2. Отсутствие студента на занятиях или его неактивное участие в них может быть компенсировано самостоятельным выполнением дополнительных заданий и представлением их на проверку преподавателю в установленные им сроки.

В современных условиях перед студентом стоит важная задача – научиться работать с массивами информации. Обучающимся необходимо развивать в себе способность и потребность использовать доступные информационные возможности и ресурсы для поиска нового знания и его распространения. Обучающимся необходимо научиться управлять своей исследовательской и познавательной деятельностью в системе «информация – знание – информация». Прежде всего, для достижения этой цели, в вузе организуется самостоятельная работа обучающихся. Кроме того, современное обучение предполагает, что существенную часть времени в освоении учебной дисциплины обучающийся проводит самостоятельно. Принято считать, что такой метод обучения должен способствовать творческому овладению обучающимися специальными знаниями и навыками.

Самостоятельная работа обучающегося весьма многообразна и содержательна. Она включает следующие виды занятий (п. 5.6):

- самостоятельный поиск, анализ информации и проработка учебного материала;

- подготовку к устному опросу (перечень типовых вопросов для текущего контроля в п. 9.6);

- подготовку докладов (пункт 5.1)

Систематичность занятий предполагает равномерное, в соответствии с пп. 5.2, 5.4 и 5.6, распределение объема работы в течение всего предусмотренного учебным планом срока овладения дисциплиной. Такой подход позволяет избежать дефицита времени, перегрузок, спешки и т. п. в завершающий период изучения дисциплины. Последовательность работы означает преемственность и логику в овладении знаниями по дисциплине. Данный принцип изначально заложен в учебном плане при определении очередности изучения дисциплин. Аналогичный подход применяется при определении последовательности в изучении тем дисциплины. Завершающим этапом самостоятельной работы является подготовка к промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, предполагающая интеграцию и систематизацию всех полученных при изучении учебной дисциплины знаний.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины позволяет определить уровень освоения обучающимся компетенций (п. 9.5) за период изучения данной дисциплины. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины предполагает ответы на 3 теоретических вопроса из перечня вопросов, вынесенных на аттестацию.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры №1 «Философии и социальных коммуникаций» «31» 03 2026 года, протокол № 10.

Разработчики:

к.филол.н.



В.А. Смородина

Заведующий кафедрой № 1:

к.ф.н., доцент



Н.Ю. Куценко

Программа согласована:

Руководитель ОПОП ВО

к.ф.н., доцент



Н.Ю. Куценко

Программа рассмотрена и согласована на Заседании Учебно-методического совета Университета «22» апреля 2026 г., протокол № 7.