

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Новосибирский национальный исследовательский
государственный университет» (Новосибирский государственный университет, НГУ)

Гуманитарный институт

СОГЛАСОВАНО

Директор ГИ


Зуев А.С.

«29» сентября 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МЕДИАСИСТЕМА СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль): Журналистика

Форма обучения: очная

Разработчик:

канд. филос. наук, доцент Беленко В.Е.



Зав. каф. массовых коммуникаций
канд. филос. наук, доцент Беленко В.Е.



Новосибирск

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Результаты освоения образовательной программы (компетенции)	Индикаторы	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знает принципы формирования национальных систем средств массовой информации, особенности современного этапа развития и функционирования всех коммуникативных каналов России (печать, радио, телевидение, интернет, мобильные устройства).
	ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Умеет типологизировать и комплексно анализировать различные СМИ и подсистемы СМИ; использовать полученные общетеоретические знания концептуального характера и применять полученные навыки при описания типологических ниш в системе СМИ.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплины (практики), изучение которых необходимо для освоения дисциплины Медиасистема современной России: Экономика, Правоведение, Правовые основы журналистики, Экономика СМИ, Реклама и PR, Этика журналистики

Дисциплины (практики), для изучения которых необходимо для освоения дисциплины Медиасистема современной России: ГИА.

3. Трудоемкость дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающегося

Трудоемкость дисциплины – 4 з.е. (144 ч)

Форма промежуточной аттестации: 8 семестр – дифференцированный зачет

№	Вид деятельности	Семестр
		3
1	Лекции, ч	26
2	Практические занятия, ч	26
3	Лабораторные занятия, ч	
4	Занятия в контактной форме, ч , из них	54
5	из них аудиторных занятий, ч	52
6	в электронной форме, ч	-

7	консультаций, час.	-
8	промежуточная аттестация, ч	2
9	Самостоятельная работа, час.	90
10	Всего, ч	144

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

8 семестр

Лекции (26 ч)

Наименование темы и их содержание	Объем, час
СМИ как часть социальной системы. Типологический анализ СМИ	4
Печатные СМИ России	4
Тематический критерий в типологии	2
Радиовещание России	2
Телевидение России	6
Интернет и СМИ	4
Отраслевые и корпоративные СМИ	2
Аудиторный критерий в типологии.	2

Тема 1. СМИ как часть социальной системы. Типологический анализ СМИ

Система и ее свойства. Определение понятия «система». Черты системности. Устойчивость и неустойчивость (неадекватность) системы СМИ. Принципы системного анализа СМИ. Типология СМИ. Принципы и виды типологического анализа (Акопов, Шкондин, Мясников).

Тема 2. Печатные СМИ России

На подступах к современности. Выпуск газетных изданий 1990-2006, выпуск журнальных изданий 1990-2006. «Катастрофа» 1990-х Характеристика российского рынка прессы. Основные проблемы отрасли. Современный читатель и ответная реакция изданий. Структура и перспективы газетного рынка. Газетная отрасль в мире. Газетная отрасль в России. Ежедневные газеты. Аудитория ежедневных газет. Продукты добавленной стоимости. Еженедельные газеты. Аудитория еженедельных нерекламных газет. Бесплатная информационная пресса. Журнальный рынок России. Рекламные бюджеты ведущих журналов. Перспективные стратегии журнального рынка. Аудитория еженедельных журналов. Аудитория ежемесячных журналов. Партвоки.

Тема 3. Тематический критерий в типологии

Функционально-тематическое разделение СМИ: принципы, особенности разграничения, зоны пересечения. Принципы разделения изданий на качественные, массовые и смешанные. Исторические предпосылки формирования оппозиции «qualitypress» — «masspopularpress». Критерии разделения современных газет и журналов на качественную, массовую прессу и кваллоиды. Критерии и принципы функционально-тематического разделения СМИ. Типология изданий с точки зрения функционально-тематической направленности: общественно-политические, информационно-аналитические, деловые, развлекательные и досуговые, «желтая пресса», аграрные, культурологические и искусствоведческие, религиозные, научно-популярные.

Тема 4. Радиовещание России

Становление современного радиовещания. Государственные и коммерческие радиостанции в 1990-х гг. Современное состояние радиовещания в России. Радиослушание:

статистика, аудиторные показатели. Кризис 2008-2009 гг. на российском радиорынке, выход из кризиса. Основные черты радиорынка России. Объем ежедневной аудитории радиостанций (2010 г.). Цифровое вещание. Типология в радиовещании. Консолидация и регионализация на радиорынке России. Основные тенденции развития радиостанций.

Тема 5. Телевидение России

На пути к современности. Возникновение частных телекомпаний. Современное состояние телевидения в России. Кризис 2008-2009 гг. и выход из него. Типология в телевидении. Самостоятельное производство телепрограмм каналами и компаниями-программопроизводителями. Сетевое телевидение. Спутниковое телевидение в России. Кабельное телевидение. Нишевые телеканалы. Модели сетей и их современное состояние. Тактическое телевидение. Телевидение и Интернет.

Тема 6. Интернет и СМИ

Период авторских проектов и первые онлайн СМИ. Интернет как информационный канал: современность. Доли пользователей Интернета. Скорости доступа. Интернет СМИ и СМИ в Интернете: тенденции, состояние, аудиторные показатели. Типология интернет-СМИ. Динамика посещаемости сайтов крупнейших газет России. Агрегаторы новостей. Новые медиа (Web 2.0).

Тема 7. Отраслевые и корпоративные СМИ

Отраслевые издания в системе СМИ, виды отраслей, статистика по отраслям, примеры изданий. Корпоративные СМИ: определение, особенности, этапы развития в РФ. Типология корпоративных СМИ: издания для внутренней и внешней аудитории. Крупнейшие издательские дома, выпускающие корпоративные СМИ. Рынок bespoke. Ассоциация директоров по коммуникациям и корпоративным медиа: проведение профессиональных конкурсов, номинации, лидеры

Тема 8. Аудиторный критерий в типологии.

Типология СМИ с точки зрения возрастной и гендерной характеристик целевой аудитории. Классификация СМИ с точки зрения возрастной характеристики целевой аудитории: детские и молодежные СМИ, СМИ для взрослой целевой аудитории, СМИ для пенсионеров. Типология СМИ с точки зрения гендерного разделения целевой аудитории: универсальные СМИ, специализированные СМИ (для мужчин и для женщин). Женские, мужские, детские, молодежные телеканалы, издания и интернет-СМИ.

Практические занятия (26 ч)

Тематика практических занятий	Объем, час
Общественно-политические газеты и журналы	2
Деловые СМИ	4
Бульварные, "желтые" издания	2
Спортивные СМИ	2
Религиозные СМИ России	2
Научно-популярные СМИ	2
Культурологические медиа	2
Отраслевые СМИ	2
Корпоративные СМИ	2
Женские журналы	2
Мужские журналы и журналы для мужчин	2
Детские и молодежные СМИ	2

Самостоятельная работа студентов (90 ч)

Перечень занятий на СРС	Объем, час
Подготовка к практическим занятиям	44
Подготовка к контрольной работе	20
Подготовка к презентации доклада	20
Подготовка к дифференцированному зачету	6

5. Перечень учебной литературы

1. Беленко В.Е. Современные средства массовой информации : типологический аспект : учебное пособие / В.Е. Беленко; Федер. агентство по образованию, Новосиб. гос. ун-т, Фак. журналистики, Каф. массовых коммуникаций
2. Новосибирск : Новосибирский государственный университет, 2009. 173 с. (29 экземпляров)
3. Медиасистема России : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки ВО 42.03.02 и 42.04.02 "Журналистика" для ФГОС / [Е.Л. Вартанова, А.В. Вырковский, Т.Э. Гринберг и др.] ; под ред. Е.Л. Вартановой. Москва : Аспект Пресс, 2015. 382 с. (15 экземпляров)
4. Киселёв, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть / А.Г. Киселёв. – Москва : Юнити, 2015. – 431 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719>
5. Дымова, И. Актуальные проблемы современности и журналистика : учебное пособие / И. Дымова, Г. Щербакова ; Оренбургский государственный университет. – Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2012. – 132 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259174>
6. СМИ в меняющейся России / [Аникина М.Е., Блинова М.В., Вартанова Е.Л. и др.] ; под ред. Е.Л. Вартановой ; МГУ им. М. В. Ломоносова, Фак. Журналистики. Москва : Аспект Пресс, 2010. 335 с. (21 экземпляр)

6. Перечень учебно-методических материалов по самостоятельной работе обучающихся

7. Учебный курс на платформе moodle: <https://et.nsu.ru/course/view.php?id=361>
8. Беленко В.Е. Методические рекомендации к самостоятельной работе обучающихся: <https://www.nsu.ru/n/humanities-institute/students/metodicheskie-materialy/journalism/index.php>

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

7.1 Ресурсы сети Интернет

- Освоение дисциплины используются следующие ресурсы:
- электронная информационно-образовательная среда НГУ (ЭИОС);
 - образовательные интернет-порталы;
 - информационно-телекоммуникационная сеть Интернет.
 - электронные ресурсы удаленного доступа библиотеки НГУ <https://e-lib.nsu.ru/dsweb/View/ResourceCollection-98>
 - ежегодные отраслевые доклады и отчеты Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям: <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports>

Взаимодействие обучающегося с преподавателем (синхронное и (или) асинхронное) осуществляется через личный кабинет студента в ЭИОС, социальную сеть ВКонтакте

7.2 Современные профессиональные базы данных:

Не используются

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

8.1 Перечень программного обеспечения

Windows и Microsoft Office

8.2 Информационные справочные системы

Не используются

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для реализации дисциплины используются специальные помещения:

1. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной и итоговой аттестации;

2. Помещения для самостоятельной работы обучающихся;

Учебные аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

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

Реализация дисциплины может осуществляться с применением дистанционных образовательных технологий.

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется согласно «Порядку организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в Новосибирском государственном университете».

10. Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

10.1 Порядок проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

Текущий контроль успеваемости:

Программой дисциплины запланировано выполнение двух контрольных работ.

В течение семестра каждый студент готовит один доклад, которые максимально оцениваются в 20 баллов. Требования к докладам содержатся в методических рекомендациях к освоению дисциплины <https://www.nsu.ru/n/humanities-institute/students/metodicheskie-materialy/journalism/index.php>

Промежуточная аттестация:

Зачет проводится в форме теста в системе moodle.

Описание критериев и шкал оценивания индикаторов достижения результатов обучения по дисциплине Медиасистема современной России

п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1.	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
2	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий
3	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося(в электронной форме)	Банк тестовых заданий

Результирующая оценка складывается из результатов следующих видов учебной деятельности:

Вид учебной деятельности	Принцип расчета баллов
Присутствие на занятиях	2 балла за занятие
Доклад (сообщение)	20 баллов
Работа на семинарах. Участие в дискуссии, ответа на вопросы.	По 2 балла за каждый развернутый ответ
Контрольная работа	25 баллов
Тест	Тест проходит в электронной системе. «Вес» баллов за тест – около половины всей суммы баллов.

Максимальная сумма баллов, набранная студентом по итогам освоения дисциплины, приравнивается к 100%.

Критерии оценки сформированности компетенций в рамках промежуточной аттестации по дисциплине

Структурные элементы	Показатель сформированности	Не сформирован (2 балла)	Пороговый уровень (3 балла)	Базовый уровень (4 балла)	Продвинутый уровень (5 баллов)
----------------------	-----------------------------	--------------------------	-----------------------------	---------------------------	--------------------------------

оценочных средств					
Доклад	ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Студент не умеет комплексно анализировать различные СМИ и подсистемы СМИ; не использует общетеоретические знания концептуального характера при описания типологической ниши в системе СМИ	Студент комплексно анализирует различные СМИ и подсистемы СМИ; использует общетеоретические знания концептуального характера при описания типологической ниши в системе СМИ		
Контрольная работа	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие различных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Студент не знает особенности современного этапа развития и функционирования различных коммуникативных каналов России (печать, радио, телевидение), не понимает принципы формирования национальных систем средств массовой информации.	Студент демонстрирует поверхностное знание современного этапа развития и функционирования различных коммуникативных каналов России (печать, радио, телевидение), в целом понимает принципы формирования национальных систем СМИ.	Студент демонстрирует знание современного этапа развития и функционирования различных коммуникативных каналов России (печать, радио, телевидение), понимает принципы формирования национальных систем СМИ.	Студент уверенно демонстрирует знание современного этапа развития и функционирования различных коммуникативных каналов России (печать, радио, телевидение), понимает принципы формирования национальных систем СМИ
Тест		Студент не знает особенности современного этапа развития и функционирования всех коммуникативных каналов России (печать, радио, телевидение, интернет, мобильные устройства)	Студент демонстрирует поверхностное знание современного этапа развития и функционирования всех коммуникативных каналов России (печать, радио, телевидение, интернет, мобильные устройства); в целом понимает принципы формирования национальных систем СМИ.	Студент демонстрирует знание современного этапа развития и функционирования всех коммуникативных каналов России (печать, радио, телевидение, интернет, мобильные устройства), понимает принципы формирования национальных систем СМИ.	Студент уверенно демонстрирует знание современного этапа развития и функционирования всех коммуникативных каналов России (печать, радио, телевидение, интернет, мобильные устройства), понимает принципы формирования национальных систем СМИ

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения

Темы докладов, сообщений

1. Общественно-политические газеты РФ: массовые. Таблоиды, квалюиды
2. Общественно-политические газеты РФ: качественные. Политическая позиция, главные темы, место в публичном пространстве
3. Общественно-политические газеты регионов РФ. Аудитории, тематика, учредительный корпус, истории успехов и провалов
4. Областные «районки» в подсистеме периодики. Новосибирские районки.
5. Информационно-аналитические российские журналы: в структуре медиахолдингов, сходства и различия, тематические и аудиторные акценты
6. Информационные программы на ТВ. Рейтинги, доли, сходства, различия.
7. Информационно-аналитические программы на ТВ. Рейтинги, доли, сходства, различия.
8. Деловые газеты (включая их интернет-сайты). Становление отрасли, основные акторы, тиражи, аудитории, аудиторный запрос и формулы успеха
9. Деловые еженедельники. Издательские дома, основные акторы и их судьба, тиражи, аудитории, тематические модели
10. Деловые ежемесячные журналы. Издательские дома, основные акторы, тиражи, аудитории, тематические модели
11. Деловые аудиовизуальные СМИ. Становление отрасли, основные акторы и их судьба, рейтинги, доли, содержательные особенности
12. «Желтая пресса»: понятие, примеры, основные темы, социальные функции. Тиражи, перспективы.
13. Телегиды, издания о «звездах». Модели изданий, тиражи, аудитории.
14. Отраслевые издания. Явление, примеры, подробный разбор изданий какой-либо отрасли (можно 2 человека).
15. Корпоративные СМИ. Явление, типология, разбор систем медиа 1-2 компаний
16. Аграрная пресса России. Основные акторы, тиражи, аудитории, содержательные модели
17. Культурологические и искусствоведческие издания. Типология, примеры, текущее состояние, аудитории.
18. Спортивные газеты. Типология, примеры, текущее состояние, аудитории.
19. Спортивные журналы. Типология, примеры, текущее состояние, аудитории.
20. Спортивные каналы и программы. Организации-трансляторы. Преобразования с начала 2000-х, типология, примеры, текущее состояние, аудитории.
21. Православные аудио-визуальные СМИ. Типология, текущее состояние, аудитории.
22. Православные издания и сайты. История, типология, текущее состояние, аудитории.
23. Научно-популярные журналы. История и современное состояние, типология (содержательные и аудиторные особенности), примеры.
24. Научно-популярные каналы и программы. Типология, содержательные и аудиторные особенности.
25. Научно-популярные интернет-проекты. Типология, содержательные и аудиторные особенности.
26. Типология женских журналов. Женский глянец (издания стиля жизни /стиля потребления) и «издания для женской аудитории».
27. Типология мужских журналов. Мужской глянец (издания стиля жизни /стиля потребления) и «издания для мужской аудитории».
28. Периодика для детской аудитории.

29. Детские аудиовизуальные СМИ За семестр студент делает один доклад, которые максимально оценивается в 20 баллов. Требования к докладам содержатся в методических рекомендациях к освоению дисциплины.

Пример вопросов контрольной работы:

1. Что издают следующие издательские дома
Independent Media
Bauer Media
Hearst Shkulev Media
Burda
2. Основные особенности и проблемы рынка прессы
4. Тиражи прессы (выберите один ответ)
 - плавно растут
 - не меняются
 - плавно снижаются
 - резко снижаются

Темы дисциплины, вошедшие в итоговый тест:

Свойства и черты системности
Принципы системного анализа
Этапы и составляющие типологического анализа
Что издают следующие издательские дома: Sanoma Independent Media, Bauer Media, Hearst Skulev Media, Burda
Основные проблемы рынка прессы
Динамика количества изданий, тиражей, доходов за последние годы (год).
Абсолютные и относительные цифры по доходам
Продукты добавленной стоимости и партвоки
Соотношение местной и федеральной периодики (по тиражам, по наименованиям)
Типология в периодике
Примеры общественно-политических газет (кволити, масс).
Информационно-аналитические журналы
Знание основных названий по следующим типам СМИ (периодика, радио -- если есть, телеканалы): деловые СМИ, "желтые" газеты, спортивные, религиозные, научно-популярные, аграрные СМИ, женские, мужские, детские СМИ. Лидера по аудиториям, подтипы.
Типология корпоративных СМИ
Особенности и черты современного радиовещания
Количество радиостанций
Количество времени на радиослушание (периодику, телесмотрение)
Самые популярные / государственные / разговорные / узкоспециализированные радиостанции (в РФ)
Доходы от рекламы (абсолютные и относительные с предыдущим годом доля рынка по периодике, радио, телевидению, интернету)
Формы проникновения радиостанций в интернет
Сетевые радиостанции / издания / телеканалы
Типология в радиовещании
Крупнейшие радиохолдинги и их флагманские станции («Русская медиагруппа», «Газпром-Медиа», «Европейская Медиа Группа»)
Особенности и черты современного телевидения
Типология в телевидении

Цифровое телевидение, состав мультиплексов
Тематические каналы, неэфирные каналы: тематика, доходы, количество, динамика
Особенности общественного телевидения в РФ
Представленность телеканалов в интернете
Преимственность и трансформация спортивных каналов РФ
Интернет в РФ: проникновение, аудитории, спорные законопроекты
Ведущие интернет-СМИ: по аудиториям, цитируемости (в других СМИ, в соцсетях)
Типология спортивных журналов
Православные телеканалы
Типология православных СМИ
Флагман аграрной прессы
Тематические ниши мужских журналов
Периодика для детей: типология
Типология научно-популярных изданий. Самые доходные и популярные журналы.
Интернет-проекты научпоп
Тематическая типология культурологических и искусствоведческих изданий. Аудиторная типология.

Всего в тесте около 40 вопросов, представленных в электронном учебно-методическом комплексе по адресу (см. электронный учебный курс: <https://et.nsu.ru/course/view.php?id=906>). На его выполнение отводится около 45 минут. Система оценивания -- автоматизированная, кроме вопросов, требующих письменного ответа. Их проверяю лично.

Оценочные материалы по промежуточной аттестации, предназначенные для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС, хранятся на кафедре-разработчике РПД в печатном и электронном виде.

