

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Костромской государственный университет»

**ФОНД**  
**ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
**ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**  
**СИСТЕМА СМИ**

Составлен в соответствии с учебным планом КГУ и программой  
дисциплины для подготовки бакалавра по направлению подготовки  
42.03.05 Медиакоммуникации

Направленность: Медиакоммуникации и социальные технологии

Квалификация выпускника: бакалавр

Кострома

2024

Разработал: Оверчук И. И, ст. преп. кафедры медиакоммуникаций и туризма

Утверждено:

На заседании кафедры медиакоммуникаций и туризма.

Протокол заседания кафедры №2 от 17.10.2024г.

Заведующий кафедрой МКиТ

Белякова Е.Н., к.филол.н., доцент.

# 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

## 1.1. Компетенции формируемые в процессе изучения дисциплины

**ОПК-2** - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

Индикаторы компетенций:

*ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития*

*ОПК-2.2. Соблюдает принцип объективности в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов*

Критерий	Показатель	Наименование оценочного средства
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>- систему современных форматов и жанров медиатекстов/медиапродуктов, стилевую специфику различного рода текстов;</li> <li>- особенности работы новостных медиа и специфику других направлений медиадеятельности;</li> <li>- место медиаиндустрии среди других социальных институтов</li> </ul>	Вопросы по темам/разделам дисциплины защита практических работ, презентации подготовленных материалов
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ориентироваться в форматах и жанрах медиапродуктов;</li> <li>- разрабатывать концепции и обеспечивать производственных процесс создания медиапроектов.</li> <li>- различать специфику работы в разных видах медиа, выявлять в профессиональной деятельности социальное, информационное и творческое начало</li> </ul>	Вопросы по темам/разделам дисциплины защита практических работ, презентации подготовленных материалов
Владеть	<ul style="list-style-type: none"> <li>- современными технология медиапроизводства.</li> <li>- навыками анализа поведения специалиста сферы медиа во время исполнения профессиональных обязанностей.</li> <li>- представлениями о трансформации методов и форм медиадеятельности в определённых общественно-исторических условиях.</li> </ul>	Вопросы по темам/разделам дисциплины, защита практических работ, презентации подготовленных материалов Комплект тестовых заданий

## 1.2. Шкала оценивания сформированности компетенций

### Шкала «зачтено-не зачтено»

Оценка «зачтено» ставится:

- если обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности;
  - если обучающийся демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
  - если обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям: в ходе контрольных мероприятий обучающийся показывает владение менее 50% приведенных показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
- Оценка «не зачтено» ставится, если обучающийся демонстрирует полное отсутствие или явную недостаточность (менее 25%) знаний, умений, навыков в соответствии с приведенными показателями.

## 2. КОМПЛЕКТ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ПРИМЕРНЫЙ)

### 2.1 Вопросы по темам/разделам дисциплины (примерные)

Контролируемый раздел дисциплины	Код контролируемой компетенции	Код контрольного индикатора	Примерный перечень вопросов/заданий	Оценка уровня знаний
Тема 1. Средства массовой информации и как системный объект.	ОПК-2	ОПК-2.1. ОПК-2.2.	<i><b>Знать:</b> Цели и задачи курса. Система СМИ и ее среда. Целостность системы. Основные подсистемы и характер их взаимодействия. Роль структуры СМИ в механизме реализации функции системы. Организованность и дезорганизованность медиаиндустрии. Раскройте суть понятия «системный подход» применительно к определению средства массовой информации. Дайте определение понятий медиасистема, массмедиа, медиaprостранство. Укажите основные условия и факторы формирования медиaprостранства, а также проблемы его формирования в России. Дайте характеристику основных подсистем медиа: технической, экономической, редакционной. Дайте характеристику основных этапов</i>	

			развития отечественной медиасистемы. Раскройте содержание основных тенденций и перспектив развития системы медиа России в условиях информационного общества.
<b>Тема 2. Влияние аудитории на систему СМИ.</b>	ОПК-2	ОПК-2.1. ОПК-2.2.	Особенности различных аудиторных групп, их потребностей как фактор формирования системы СМИ. Основные типы универсальных по тематике изданий и телерадиопрограмм. Структура специализированных по тематике СМИ.
<b>Тема 3. Типология медиа</b>	ОПК-2	ОПК-2.1. ОПК-2.2.	<p>Типология как метод сравнительного изучения существенных признаков медиа. Типоформирующие факторы СМИ. Влияние на структуру медиасистемы характера аудитории, предметно-тематических и функционально-целевых характеристик. Коммуникативные функции субъектов социальной деятельности как фактор структурирования медиа. Идеализированные и аналоговые модели СМИ.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Что такое типология СМИ?</li> <li>2. Назовите основные типобразующие факторы СМИ.</li> <li>3. Какие типы информационных агентств вы знаете?</li> <li>4. Каковы основные типы изданий в сфере научных коммуникаций?</li> <li>5. На каком диапазоне частот работают негосударственные радиостанции?</li> <li>6. Какие страны мира входят в ведущую тройку по числу подключений Интернета на 1000 жителей?</li> <li>7. Можно ли классифицировать информационные агентства по их экономическим особенностям?</li> <li>8. Какие музыкальные форматы западного радиоэфира используются в отечественном вещании?</li> <li>9. Какие коммуникации осуществляются в сфере духовной деятельности?</li> <li>10. Почему значительная часть изданий России печатается за рубежом?</li> <li>11. Назовите ведущие страны мира по количеству телевизоров на 1000 жителей.</li> <li>12. Что такое издательский дом?</li> <li>13. Какая дифференциация по характеру</li> </ol>

информации происходит в СМИ?

14 . Назовите четверку наиболее популярных радиостанций.

Общая характеристика медиапространства субъекта.

Зависимость медиасистемы субъекта от историко-культурных особенностей.

Анализ рынка периодической печати региона:

- типологические особенности периодической печати субъекта;
- региональные СМИ;

местная периодика;

Система радиовещания субъекта.

Типологическая характеристика радиостанций.

Система телевизионного вещания субъекта. Исторические и типологические особенности.

Интернет - журналистика субъекта.

Какими формами представлена.

Информационные агентства. Краткая справка-анализ.

Типологические изменения в системе СМИ последних десятилетий.

Социальные типы СМИ: СМИ гражданского общества, государственные СМИ, общественные СМИ.

Основные типоформирующие факторы СМИ. Основные тенденции развития современной российской прессы. Общая типологическая характеристика

Костромских печатных изданий Общая типологическая характеристика печатных изданий Костромской области (районные газеты). Типологические изменения современного телевидения.

Дайте типологическую характеристику современного телевидения России.

Перспективы развития отечественного телевидения. На сегодняшний день развитие онлайн вещания, IPTV, видеохостингов активно конкурирует в классическим телевидением. Виды альтернативного телевидения.

Дайте типологическую характеристику

			Костромского телевидения (г. Кострома)	
<b>Тема 4. Редакционный процесс и коммуникативные функции субъектов социальной деятельности</b>	ОПК-2	ОПК-2.1. ОПК-2.2.	<p>Знать: влияние видов социальной деятельности на характер редакционного процесса.</p> <p>Решите тестовое задание</p> <p>Уметь: Объяснить содержание основных понятий теории и практики журналистики.</p> <p>Используя инфографику сделайте сравнительный анализ положительных и отрицательных сторон аналоговой и цифровой записи. Владеть:</p> <p>Аргументацией в объяснении спорных, неоднозначных позиций в социальном поведении журналиста.</p> <p>1. Шеф-редактор — это</p> <p>а. главный редактор СМИ</p> <p>б. заведующий отделом</p> <p>в. ответственный секретарь</p> <p>г. издатель.</p> <p>2. Руководящую роль в телерадиокомпании играет</p> <p>а. главный редактор</p> <p>б. совет директоров</p> <p>в. президент</p> <p>г. председатель</p>	<p>Зачтено: полный/краткий правильный ответ, умение грамотно сформулировать характеристику устройства и дать полный/краткий его анализ</p> <p>Не зачтено: неверный ответ/отсутствие ответа.</p>
<b>Тема 5. Тенденции развития системы СМИ в условиях общественной трансформации</b>			<p>Процессы становления открытого общества и их воздействие на систему СМИ. Экономическое и политическое реформирование общества и тенденции структурной трансформации СМИ. Формирование институтов гражданского общества и характер их воздействия на структуру СМИ. Развитие современных информационных технологий и перспективы преобразования системы СМИ.</p> <p>1. Современное состояние системы отечественных СМИ.</p> <p>2. Гражданские медиа как перспектива развития СМИ.</p> <p>3. Основные тенденции развития системы СМИ.</p> <p>4. Перспективы развития системы СМИ.</p>	

## 2.2 Типовые задания по дисциплине

**1- Тема:** Информационные ресурсы в области биржевой и финансовой информации. Агентство Рейтер.

1. Ознакомьтесь с сайтом Агентства Рейтер. Перейдите на русскую версию сайта.
  2. Исследуйте главную страницу и ее навигационную панель. В отчете представьте последние новости бизнеса, экономики, расследования, видео и текстовые новости.
  3. Определите какие инструменты информационного рынка были использованы для создания новостной ленты. Опишите этапы создания одной конкретной новости.
- В отчете представьте краткое описание продуктов компании.

Домашнее Задание. Информационное агентство РосБизнесКонсалтинг.

1. Ознакомьтесь с сайтом агентства РБК.
2. С помощью вкладки исследования представить данные о содержащейся информации по теме СМИ и реклама.
3. Отчет должен содержать перечень представленных по теме статей и их краткое содержание.
4. Составьте каталог предлагаемых на продажу исследований (12 шт., по 3 в каждой категории)

	телевидение	радио	печать	интернет
Тип материала				
Страна				
Наименование исследования				
Автор				
Краткое описание				

**2- Тема:** СМИ Костромы.

Перечислите действующие СМИ Костромы. Пользуясь интернетом, заполните таблицу:

<b>Радио</b>	
<b>ТВ</b>	
<b>Печать</b>	
<b>Интернет</b>	
<b>Порталы</b>	

### 2.3. Комплект тестовых заданий

Вариант №1.

Зачетное тестовое задание для студентов очной формы обучения по дисциплине «СИСТЕМА СМИ»

Ф.И.О. студента \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата зачета \_\_\_\_\_

Тест рассчитан на 30 минут. Прочитайте задание, заполните строки.

1. Система – это ...

А) множество элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, которое образует определенную целостность, единство;



- Б) множество элементов, не находящихся ни в каких отношениях друг с другом;
- В) единство элементов;
- Г) элементы, находящихся в отношениях соподчиненности.

2. К системным компонентам СМИ относятся:

- А) редакционная общность;
- Б) информационная подсистема СМИ;
- В) устав редакции;
- Г) техническая база редакции.

3. Важнейшей средой системы СМИ является:

- А) коллектив редакции;
- Б) приказы и распоряжения в редакции;
- В) материально-техническая база редакции;
- Г) прогресс в научной и производственной областях.

4. Системные технологические признаки позволяют разграничивать все СМИ:

- А) на доходных и убыточные;
- Б) государственные и коммерческие;
- В) ОАО, ЗАО, АОЗТ, ТОО и т. д.;
- Г) на печать, ТВ, радиовещание, интернет.

5. Основные принципы системы СМИ:

- А) целостность;
- Б) структурно-функциональная идентичность;
- В) дифференциации и интеграции;
- Г) невостребованность.

#### Вариант №2.

Зачетное тестовое задание для студентов очной формы обучения по дисциплине «СИСТЕМА СМИ»

Ф.И.О. студента \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата зачета \_\_\_\_\_

Тест рассчитан на 30 минут. Прочитайте задание, заполните строки.

1. По аудиторному типологическому признаку системы СМИ представлена:

- А) национальными, внутрироссийскими изданиями;
- Б) изданиями международных общностей;
- В) изданиями для работников промышленности и сельского хозяйства;
- Г) автомобильными изданиями.

2. Целевое назначение изданий предполагает их дифференциацию:

- А) востребованные и невостребованные;
- Б) интересные и неинтересные;
- В) научно-популярные и научно-практические;
- Г) религиозные и рекламные.

3. Основные параметры типологизации СМИ:

- А) тираж;
- Б) регион распространения;

- В) качество печати;
- Г) аудитория.
- 4. Современная система СМИ представлена следующей структурой:
  - А) печать и радиовещание;
  - Б) печать, телевидение, интернет;
  - В) журналы и газеты;
  - Г) теле - и радиовещание.
- 5. Установление обратных связей системы СМИ (конкретного издания) – это надежный путь к...
  - А) увеличению тиража издания;
  - Б) взаимопониманию с аудиторией;
  - В) привлечению рекламодателей;
  - Г) выявлению реакции читателей периодического издания.

### Вариант 3

Зачетное тестовое задание для студентов очной формы обучения по дисциплине «СИСТЕМА СМИ»

Ф.И.О. студента \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата зачета \_\_\_\_\_

Тест рассчитан на 30 минут. Прочитайте задание, заполните строки.

**1. Укажите основные отличительные черты газеты, которые выделяют ее среди прочих печатных изданий:**

- Актуальность, периодичность, публичность, универсальность
- Тематическая направленность, периодичность, системность
- Публичность, платность, хронологичность, универсальность

**2. Желтая пресса – это:**

- Наиболее достоверная пресса
- Тематические издания для отдельных слоев населения
- Газеты, журналы и другие периодические издания, информация в которых основана на сплетнях и слухах

**3. Не являются компонентом журналистской системы:**

- Высшие учебные заведения, ответственные за выпуск профессиональных журналистов
- Каналы передачи и распространения информации
- Звуковая информация

**4. Какой идеологической модели СМИ не существует?**

- Функционально-информативной
- Авторитарно-технократической
- Гуманитарной

**5. Качественная, глубокая, авторская, личностная: какую идеологическую модель СМИ описывают эти слова?**

- Функционально-информационную
- Авторитарно-технократическую
- Гуманитарную

**6. Качественная, глубокая, авторская, личностная: какую идеологическую модель СМИ описывают эти слова?**

- Функционально-информационную
- Авторитарно-технократическую
- Гуманитарную

**7. Какая пресса возникла после изменения общественного строя в России в начале 90-х годов 20 века?**

- партийная
- центральная
- элитарная
- местная
- массовая

**8. К средствам массовой информации не относится:**

- пресса;
- радио;
- художественная литература
- телевидение.

**9. Альманахами называют издания СМИ, выходящие**

- еженедельные издания
- один раз в квартал (год)
- один раз в месяц

**10. Учредителем (соучредителем) СМИ может быть:**

- гражданин, объединение граждан, предприятие, учреждение, чья деятельность законом не запрещена
- лицо без гражданства, юридическое лицо
- иностранный гражданин

**2.4. Иные формы контрольно-оценочных средств  
Деловая игра «Создание гипотетической модели СМИ»**

Студентам предлагается задание - разработать концепцию гипотетической модели электронного СМИ (телеканал), в котором они хотели бы работать.

Цель такого задания - исследование медийных предпочтений студентов, выявление их первоначальных знаний и ориентаций в системе журналистики, выявление творческого потенциала, а также создание атмосферы творческого поиска.

Для выполнения задания студенты разбиваются на несколько микрогрупп (3-5), каждая из которых создает свое СМИ. Перед началом работы преподаватель дает подробный инструктаж по работе в группах, а также указывает, на что стоит обратить особое внимание: аудитории гипотетического телеканала, соответствует ли она и в какой степени заявляемой концепции. Нужен ли такой телеканал сегодня и завтра, и почему?

Кроме того, студентам предлагается составить бизнес – план гипотетического СМИ и разработать стратегию и тактики его продвижения на информационном рынке (рекламная компания, промоушн и т.д.). В процессе работы над гипотетической моделью издания студент должен:

Уточнить:

- место выбранного телеканала среди других,
- его характер (массовый, элитарный, специализированный, популярный и др.),

- типологические характеристики (формат вещания, тематика, ориентация на аудиторию и т.д.),
- особенности аудитории данного СМИ,
- «нишу» телеканала (особенности направления и тематики, отличающие именно канал, точную ориентацию на определенные запросы);

Определить:

- ведущие темы и направления возможного вещания (программы, их формат, освещаемые темы и пр.), насколько они соотносятся с интересами аудитории и могут найти отклик у зрителей;

Предложить:

- несколько постоянных проектов
- общую проблемно-тематическую линию,
- концепцию оформления,
- общую стилистическую концепцию;

По возможности сопоставить с однотипным телеканалом.

Предложить возможные приемы продвижения на информационном рынке (рекламная компания, промоушн и т. д.)

По окончании работы каждая микрогруппа представляет концепцию своего СМИ, и особенности его продвижения на медиарынке.

## **2.5.ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ДЛЯ КУРСОВЫХ РАБОТ ПО «СИСТЕМЕ СМИ»**

1. Принципы работы общественного телевидения.
2. Современные формы журналистики в России.
3. Методы и пути взаимодействия с аудиторией (читателем).
4. Личность журналиста в современных СМИ
5. Качественный анализ периодического издания (на выбор)
6. Виды, структура и правила работы СМИ
7. Спортивная пресса в условиях информационного рынка
8. Критерии популярности глянцевого журнала
9. Современная детская пресса: векторы развития
10. Печатные СМИ в системе [муниципального управления](#)
11. Корпоративная газета как тип издания
12. Современное периодическое издание: этапы [типологической](#) трансформации
13. Специфика региональных выпусков федеральных газет
14. Типологические особенности онлайн-изданий
15. Региональная периодика: перспективы развития
16. Характеристики и структура целевой аудитории СМИ (на примере...)
17. Специализированное издание: способы формирования целевой аудитории

18. Молодежная пресса: процессы маргинализации
19. Система современных российских электронных СМИ
20. История формирования системы электронных СМИ в СССР.
21. Трансформация советской системы электронных СМИ в постсоветский период.
22. Правовые аспекты деятельности современных электронных СМИ.
23. Выразительные средства и коммуникативные особенности радио и их использование в журналистской практике.
24. Выразительные средства и коммуникативные особенности телевидения и их использование в журналистской практике.
25. Тенденции развития развлекательного сектора электронного вещания.
26. Новые информационные технологии и их влияние на практику электронных СМИ (мобильная связь, спутниковое вещание, цифровое вещание и т. п.)
27. История создания и развития регионального телеканала (на примере...)
28. История создания и развития региональной радиостанции (на примере...)
29. Самостоятельная творческая работа, представляющая реализованный журналистский опыт студента (тематический цикл, серия репортажей, фильм, проект и т. п.)

## **2.6. Вопросы к зачёту**

1. Средства массовой информации как системный объект.
2. Целостность системы СМИ как единый интегральный результат ее функционирования.
3. Основные компоненты системы СМИ и характер их взаимодействия с ее средой.
4. Системные факторы трансформации СМИ.
5. Влияние аудиторного фактора на систему СМИ.
6. Предметно-тематическая универсализация и специализация СМИ.
7. Актуализация функций как фактор трансформации СМИ.
8. Редакционные факторы формирования и функционирования системы СМИ.
9. Влияние информационных и коммуникационных технологий на систему СМИ.
10. Информационный рынок как фактор трансформации системы СМИ.
11. Организация системы СМИ.
12. Типология как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ.
13. Общероссийские и межрегиональные СМИ в переходный период.
14. Пресса этнических общностей.
15. Краевые и областные СМИ.
16. Информационные издания и телерадиопрограммы в типологической структуре СМИ.
17. Целевое назначение изданий и его влияние на типологическую структуру СМИ.
18. Организационные факторы и их влияние на типологическую структуру СМИ.
19. СМИ различных органов власти, партий, движений, общественных организаций.
20. СМИ научных организаций, творческих союзов, обществ, образовательных учреждений.

21. СМИ различных органов управления экономикой (министерств, ведомств, корпораций и др.).
22. Газета и еженедельник как типы издания. Основные тенденции развития современной газетной периодики.
23. Журнал как тип издания. Типология журнальной периодики и характер развития типологической структуры в современных условиях.
24. Характер дифференциации СМИ по формам собственности.
25. Дифференциация СМИ по характеру инвестиций.
26. Процессы концентрации и монополизации в системе СМИ