

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Филологический факультет

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«ТИПОЛОГИЯ СМИ»**

Кафедра печатных СМИ филологического факультета

**Образовательная программа**  
42.03.02 Журналистика

**Направленность (профиль) программы**  
История и теория журналистики

**Уровень высшего образования**  
Бакалавриат

**Форма обучения**  
Очная, заочная

**Статус дисциплины:**

входит в часть ОПОП,  
формируемую участниками образовательных отношений

Махачкала, 2021

Рабочая программа дисциплины «Типология СМИ» составлена в 2021 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (уровень – бакалавриат) от «8» июля 2017г. № 524.

Разработчик: к.ф.н., старший преподаватель кафедры печатных СМИ Керимова Д. Ф.

Рабочая программа дисциплины одобрена:  
на заседании кафедры печатных СМИ от «28» 06 2021г., протокол № 10.  
Зав. кафедрой Г. Магомедов /Магомедов Г. А./  
(подпись)

на заседании Методической комиссии филологического факультета от «5» 07 2021г., протокол № 11.  
Председатель А. Горбанева /Горбанева А. Н./  
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением «9» 07 2021г. М.  
(подпись)

## Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Типология СМИ» входит в часть ОПОП, формируемую участниками образовательных отношений, общей профессиональной образовательной программы «История и теория журналистики» бакалавриата по направлению 42.03.02 Журналистика. Дисциплина реализуется на филологическом факультете кафедрой печатных СМИ.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением основных исторических этапов и тенденций развития дагестанской журналистики, предпосылок возникновения и с особенностями развития многонациональной периодической печати и дагестанского телерадиовещания.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных – ОПК-4, профессиональных – ПК-3.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение видов контроля успеваемости в форме контрольных работ и презентаций и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины – 2 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий – 72.

Объем дисциплины в очной форме

Семестр	Учебные занятия							СРС, в том числ е экза мен	Форма промежуточн ой аттестации (зачет, дифференцир ованный зачет, экзамен)
	в том числе:								
	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем					консул ьтации		
		всего	Лекц ии	Лабора торные занятия	Практи ческие занятия	КС Р			
1	72	72	20	-	10			42	зачет

Объем дисциплины в заочной форме

Семестр	Учебные занятия		СРС, в	Форма промежуточн ой аттестации (зачет,
	в том числе:			
	все	Контактная работа обучающихся с преподавателем		

		всего	из них					том числе экзамен	дифференцированный зачет, экзамен)
			Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	КСР	консультации		
1	72	72	6	-	4			53	Экзамен - 9

## 1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Типология СМИ» являются:

- ознакомить студентов с основными историческими этапами и тенденциями развития дагестанской журналистики;
- изучить предпосылки возникновения и особенности развития многонациональной прессы Дагестана.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Типология СМИ» входит в часть ОПОП, формируемую участниками образовательных отношений, общей профессиональной образовательной программы «История и теория журналистики» бакалавриата (Б1.В.17) по направлению 42.03.02 Журналистика.

Это практико-ориентированный курс, направленный на формирование у студентов многоаспектного восприятия функционирования современных СМИ, а также умений и навыков анализа современного российского рынка масс-медиа, оценки состояния и развития его отдельных сегментов, поиска информационной ниши определенных типов СМИ, разработки концепции различных по типологическим характеристикам изданий.

Во время занятий по «Типологии СМИ» происходит закрепление и систематизация информации, которую студенты получают в процессе изучения дисциплин «Введение в теорию журналистики», «Введение в специальность», «Система и организация средств массовой информации». Курс «Типология СМИ» является теоретической базой для изучения дисциплины «Выпуск учебной газеты», в рамках которой с практической точки зрения рассматривается целый ряд вопросов, связанных с формированием представлений о СМИ как особой системе: СМИ как информационный товар, особенности его создания; специфика периодической печати в системе СМИ; типологические признаки издания, типология прессы (по различным основаниям); поиск своей ниши на информационном рынке; типологический анализ СМИ; элементы концепции издания и принципы ее разработки.

Блок информации, представленный студентам на занятиях по «Типологии СМИ», конкретизируется и переосмысливается в рамках таких профессиональных дисциплин, как «Основы творческой деятельности журналиста», «Техника и технология СМИ», «История отечественной

журналистики», «Основы радиожурналистики», «Основы тележурналистики».

Дисциплина «Типология СМИ» изучается в течение первого семестра и завершается зачетом.

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)

Код и наименование компетенции из ФГОС ВО	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
<p><b>ОПК-4.</b> Способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p><b>ОПК-4.1.</b> Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.</p> <p><b>ОПК-4.2.</b> Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов.</p>	<p><b>Знает:</b> запросы и потребности общества.</p> <p><b>Умеет:</b> соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества.</p> <p><b>Владет:</b> методами сопоставления данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.</p> <p><b>Знает:</b> основные характеристики целевой аудитории.</p> <p><b>Умеет:</b> помнить основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов.</p>	<p>Устный опрос, письменный опрос</p>

		<p><b>Владеет:</b> способностью учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов.</p>	
<p><b>ПК-3.</b> Способность участвовать в производственном процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта с применением современных редакционных технологий</p>	<p><b>ПК-3.1.</b> Знает этапы производственного процесса выпуска журналистского текста и (или) продукта.</p> <p><b>ПК-3.2.</b> Отслеживание тенденции развития современных редакционных технологий, медиаканалов и платформ.</p>	<p><b>Знает:</b> этапы производственного процесса выпуска журналистского текста и (или) продукта.</p> <p><b>Умеет:</b> использовать знания в своей профессиональной деятельности.</p> <p><b>Владеет:</b> навыками использования особенностей разных этапов производственного процесса выпуска журналистского текста и (или) продукта.</p> <p><b>Знает:</b> тенденции развития современных редакционных технологий, медиаканалов и платформ.</p> <p><b>Умеет:</b> отслеживать тенденции развития современных редакционных</p>	<p>Устный опрос, письменный опрос</p>

	<p><b>ПК-3.3.</b> Использует современные редакционные технологии, медиаканалы и платформы в процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта.</p>	<p>технологий, медиаканалов и платформ.</p> <p><b>Владеет:</b> навыками изучения тенденции развития современных редакционных технологий, медиаканалов и платформ.</p> <p><b>Знает:</b> современные редакционные технологии, медиаканалы и платформы в процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта.</p> <p><b>Умеет:</b> использовать свои знания в профессиональной деятельности.</p> <p><b>Владеет:</b> навыками использования современных редакционных технологий, медиаканалов и платформ в процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта.</p>	
--	--	---	--

#### 4. Объем, структура и содержание дисциплины

4.1. Объем дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

## 4.2. Структура дисциплины

### 4.2.1. Структура дисциплины в очной форме

№ п/ п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные	...			
<i>Модуль 1. Общие характеристики типологии современных СМИ</i>										
1	Введение в предмет. Цели и задачи курса «Типология СМИ»	1		2				4	Устный опрос	
2	Типологические признаки СМИ: типформирующие и формальные	1		2	2			4	Письменный опрос	
3	Типология СМИ по признаку локальности и периодичности выхода	1		2				4	Устный опрос	
4	Типология СМИ с точки зрения возрастной и гендерной характеристик целевой аудитории	1		2	2			4	Письменный опрос	
5	Общественно-политические	1		2	2			4	Устный опрос	



	издания: характеристика, классификация, особенности функционирован ия на современном рынке периодической печати								
	<i>Итого по мод. 1:</i> <b>36 часов</b>			10	6			20	
<i>Модуль 2. Анализ типов СМИ по направлениям</i>									
1	Типологическая характеристика современной деловой прессы			2	2			4	Письменный опрос
2	Просветительски е издания: характеристика, классификация, особенности функционирован ия на современном рынке периодической печати			2				4	Устный опрос
3	Типологическая характеристика досуговых изданий			2				4	Устный опрос
4	Типология современного телевидения и радиовещания			2	2			6	Письменный опрос
5	Типология			2				4	Устный опрос

	сетевых и онлайн-новых СМИ								
	<i>Итого по мод. 2:</i> <b>36 часов</b>			10	4			22	
	<i>Зачет</i>								
	<b>ИТОГО: 72</b>			20	10			42	

#### 4.2.3. Структура дисциплины в заочной форме

№ п/ п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости ( <i>по неделям семестра</i> ) Форма промежуточной аттестации ( <i>по семестрам</i> )
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные			
<i>Раздел 1. Общие характеристики типологии современных СМИ</i>									
1	Введение в предмет. Цели и задачи курса «Типология СМИ». Типологические признаки СМИ: типформирующие и формальные	1		2				8	Устный опрос
2	Типология СМИ по признаку локальности и периодичности выхода. Типология СМИ с точки зрения возрастной и	1		2				8	Письменный опрос

	гендерной характеристик целевой аудитории								
3	Общественно-политические издания: характеристика, классификация, особенности функционирования на современном рынке периодической печати	1			2			12	Устный опрос
	<i>Итого по разд. 1:</i> <b>36 часов</b>			4	2			30	
<i>Раздел 2. Анализ типов СМИ по направлениям</i>									
1	Типологическая характеристика современной деловой прессы	1			2			10	Устный опрос
2	Просветительские издания: характеристика, классификация, особенности функционирования на современном рынке периодической печати. Типологическая характеристика досуговых изданий	1						10	Устный опрос
3	Типология современного телевидения и	1		2				12	Письменный опрос

	радиовещания. Типология сетевых и онлайн-СМИ							
	<i>Итого по разд. 2:</i> <b>36 часов</b>			2	2			32
	<b>ИТОГО: 72</b>			6	4			62

### 4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

#### 4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине

*Модуль 1 (Раздел 1). Общие характеристики типологии современных СМИ.*

**Тема 1.** Введение в предмет. Цели и задачи курса «Типология СМИ».

Содержание темы

Очерчивание круга тем для изучения. Постановка целей и задач курса. Объяснение форм аудиторной и самостоятельной работы, видов текущего и итогового контроля. Типология СМИ: определение, характеристика, классификация. Соотношение понятий «классификация», «типология», «система». Системные характеристики СМИ.

**Тема 2.** Типологические признаки СМИ: типоформирующие и формальные.

Содержание темы

Подходы к выделению и классификации типологических признаков СМИ. Типоформирующие признаки: учредитель, издатель, функционально-тематическая направленность, портрет целевой аудитории, характеристики названия издания (программы) и месседжа. Алгоритм составления портрета целевой аудитории СМИ, методы изучения ее интересов и потребностей. Формальные признаки: язык издания, локальность, периодичность выхода, формат, цветность, полосность (объем), тираж. Принципы отражения данных признаков в адресном блоке издания. Соотношение типоформирующих и формальных признаков СМИ.

**Тема 3.** Типология СМИ по признаку локальности и периодичности выхода.

Содержание темы

Типология СМИ по локальному признаку (территории распространения): международные, федеральные, республиканские, региональные, городские, районные, корпоративные издания. Виды и функции современной корпоративной прессы. Особенности функционирования современной системы СМИ по вертикали и горизонтали локальности. Классификация СМИ по периодичности выхода: альманахи, издания, выходящие раз в

полгода, ежеквартальные, ежемесячные издания, издания, выходящие раз в две недели, еженедельные, ежедневные издания. Причины и следствия изменения показателей периодичности выхода в газетной и журнальной периодике.

**Тема 4.** Типология СМИ с точки зрения возрастной и гендерной характеристик целевой аудитории.

Содержание темы

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). Соотношение понятий «пол» и «гендер». Способы и средства трансляции гендерных моделей поведения в современных СМИ.

**Тема 5.** Общественно-политические издания: характеристика, классификация, особенности функционирования на современном рынке периодической печати.

Содержание темы

История возникновения и формирования общественно-политической прессы. Общая характеристика общественно-политических изданий: учредители, источники финансирования, информационная политика, портрет целевой аудитории, рейтинг тем, жанровая палитра, авторский состав. Виды общественно-политической прессы с точки зрения отношения к действующей власти: официальные, проправительственные, оппозиционные издания. Анализ современного российского рынка общественно-политической прессы.

*Модуль 2 (Раздел 2).* Анализ типов СМИ по направлениям.

**Тема 6.** Типологическая характеристика современной деловой прессы

Содержание темы.  
Этапы формирования сегмента деловой журналистики. Общая характеристика деловых изданий: учредители, источники финансирования, информационная политика, портрет целевой аудитории, рейтинг тем, жанровая палитра, авторский состав. Классификация деловых изданий: универсальные, специализированные, узкоспециализированные, «точечные». Анализ современного российского рынка деловой прессы.

**Тема 7.** Просветительские издания: характеристика, классификация, особенности функционирования на современном рынке периодической печати.

Содержание темы

История возникновения и формирования просветительских газет и журналов.

Общая характеристика просветительских изданий: учредители, источники финансирования, информационная политика, портрет целевой аудитории, рейтинг тем, жанровая палитра, авторский состав. Виды универсальных и специализированных просветительских изданий. Анализ концепции специализированных газет и журналов для журналистов. Причины и следствия дефицита просветительской прессы на современном рынке периодической печати.

#### **Тема 8.** Типологическая характеристика досуговых изданий.

Содержание темы

Этапы формирования сегмента развлекательной журналистики. Общая характеристика досуговых изданий: учредители, источники финансирования, информационная политика, портрет целевой аудитории, рейтинг тем, жанровая палитра, авторский состав. Классификация развлекательной прессы: дайджесты, издания по интересам, бульварные, детективно-криминальные, научно-фантастические, астрологические, юмористические, эротические. Глянцевый журнал как тип досугового издания. Классификация глянцевых журналов и особенности их функционирования на современном российском рынке масс-медиа.

#### **Тема 9.** Типология современного телевидения и радиовещания.

Содержание темы

Этапы формирования и развития советского и российского телевидения. Типологические характеристики современного телевидения. Классификации деятельности телевизионных каналов по способу трансляции, типу деятельности, способу образования, по форме собственности, способу распространения телесигнала, охвату аудитории, специализации программ. Принципы дифференциации российских телеканалов: тематический, аудиторный, национальный, территориальный, хронологический, финансовый. Анализ контента различных телевизионных каналов с точки зрения критерия форматности. Этапы формирования и развития советского и российского радиовещания. Причины и следствия формирования новой структуры радиовещания. Классификации современных радиостанций по форме собственности, типу вещания, охвату аудитории. Понятие формата и форматности. Виды форматов на современном радио. Сегментация целевой аудитории по принципу форматности. Анализ качества функционирования современных российских радиостанций.

#### **Тема 10.** Типология сетевых и онлайн-СМИ.

Содержание темы

Определение понятия «сетевых СМИ», характеристика и признаки онлайн-СМИ. Особенности функционирования онлайн-СМИ в соотношении с традиционными средствами массовой информации. Виды интернет-изданий, интернет-ресурсов и их функции. Классификация информационных агентств: в соответствии с формой собственности, сферой

деятельности, целевым назначением, тематическим признаком, сферой распространения и масштабом деятельности. Анализ сегмента информагентств на современном информационном рынке России.

#### *4.3.2. Содержание практических занятий по дисциплине*

*Модуль 1 (Раздел 1). Общие характеристики типологии современных СМИ.*

**Тема 1.** Типология СМИ по признаку локальности и периодичности выхода

1. Типология СМИ по локальному признаку (территории распространения): международные, федеральные, республиканские, региональные, городские, районные, корпоративные издания.

2. Виды и функции современной корпоративной прессы. Особенности функционирования современной системы СМИ по вертикали и горизонтали локальности.

3. Классификация СМИ по периодичности выхода: альманахи, издания, выходящие раз в полгода, ежеквартальные, ежемесячные издания, издания, выходящие раз в две недели, еженедельные, ежедневные издания.

**Тема 2.** Общественно-политические издания: характеристика, классификация, особенности функционирования на современном рынке периодической печати

1. История возникновения и этапы формирования общественно политической прессы в России.

2. Общая характеристика общественно-политических изданий: учредители, источники финансирования, портрет целевой аудитории, рейтинг тем, жанровая палитра, авторский состав.

3. Классификация общественно-политических изданий с точки зрения локальности, периодичности выхода, формата, возрастного и гендерного признаков.

4. Виды общественно-политической прессы с точки зрения отношения к действующей власти: официальные, проправительственные, оппозиционные издания. Особенности информационной политики данных типов изданий.

5. Анализ современного российского рынка общественно-политической прессы (формирование типологического альбома).

*Модуль 2 (Раздел 2). Анализ типов СМИ по направлениям.*

**Тема 3.** Типологическая характеристика современной деловой прессы

1. Этапы формирования сегмента российской деловой журналистики.

2. Функции и задачи деловой журналистики, портрет целевой аудитории деловых изданий.

3. Общая характеристика деловых изданий: учредители, источники финансирования, информационная политика, рейтинг тем, жанровая палитра, авторский состав.

4. Типология деловой информации и подходы к классификации деловой прессы. Классификация деловых изданий по тематическому признаку: универсальные, специализированные, узкоспециализированные, «точечные».
5. Анализ современного российского рынка деловой прессы (формирование типологического альбома).

#### **Тема 4.** Типологическая характеристика досуговых изданий

1. Этапы формирования сегмента развлекательной журналистики в России.
2. Общая характеристика досуговых изданий: учредители, источники финансирования, информационная политика, портрет целевой аудитории, рейтинг тем, жанровая палитра, авторский состав.
3. Классификация развлекательной прессы: дайджесты, издания по интересам, бульварные, детективно-криминальные, научно-фантастические, астрологические, юмористические, эротические.
4. Глянцевый журнал как тип досугового издания. Классификация глянцевых журналов и особенности их функционирования на современном российском рынке масс-медиа.
5. Анализ современного российского рынка досуговой прессы (формирование типологического альбома).

#### **Тема 5.** Типология современного телевидения и радиовещания

1. Подходы к типологическому анализу как инструменту исследования.
2. Структура типологического анализа и отбор критериев для оценки.
3. Методы создания и оценки типологической модели издания.
4. Алгоритм и процедура проведения типологического анализа электронных СМИ, сегмента информационного рынка.
5. Способы определения и оценки информационной ниши телевидения и радио, их конкурентоспособность.
6. Структура современного дагестанского рынка масс-медиа.
7. Типологическая характеристика электронных СМИ (радио, телевидение), целевой аудиторией которых являются дагестанцы.
4. Типологическая характеристика дагестанских сетевых СМИ. Современное состояние и тенденции развития информационных агентств в интернет-пространстве.

### **5. Образовательные технологии**

Преподавание дисциплины сочетает лекции и семинарские занятия в виде разбора кейсов. Предполагается проведение деловых игр, разбор конкретных ситуаций, разные тренинги в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебных курсов предусмотрены встречи с главными редакторами республиканских СМИ, государственных и общественных организаций.

### **6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов**



№	Название темы	Кол-во часов	Форма самостоятельной работы
<i>Модуль 1.</i> Общие характеристики типологии современных СМИ			
1.	Введение в предмет. Цели и задачи курса «Типология СМИ»	4	Реферирование рекомендованной литературы (см. Пункт 8 учебной программы)
2.	Типологические признаки СМИ: типоформирующие и формальные	4	Выполнение заданий поисково-исследовательского характера (типологический анализ республиканской прессы)
3.	Типология СМИ по признаку локальности и периодичности выхода	4	Подготовка докладов, сообщений, рефератов
4.	Типология СМИ с точки зрения возрастной и гендерной характеристик целевой аудитории	4	Творческая работа: составление кроссвордов, создание плакатов, буклетов
5.	Общественно-политические издания: характеристика, классификация, особенности функционирования на современном рынке периодической печати	4	Выполнение заданий поисково-исследовательского характера (типологический анализ республиканской прессы – см. Пункт 7.2. учебной программы)
<b>Итого по мод. 1: 20 часов</b>			
<i>Модуль 2.</i> Анализ типов СМИ по направлениям			

6.	Типологическая характеристика современной деловой прессы	4	Подготовка докладов, сообщений, рефератов
7.	Просветительские издания: характеристика, классификация, особенности функционирования на современном рынке периодической печати	4	Контент-анализ ряда федеральных и региональных изданий
8.	Типологическая характеристика досуговых изданий	6	Подготовка докладов, сообщений, рефератов
9.	Типология современного телевидения и радиовещания	4	Выполнение заданий по наблюдению и сбору материалов в процессе практики
10.	Типология сетевых и онлайн-СМИ	4	Подготовка презентаций
<i>Итого по мод. 2: 22 часа</i>			
<b>ВСЕГО: 42 часа</b>			

## **7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

### **7.1. Типовые контрольные задания**

Примерный перечень контрольных вопросов для самостоятельной работы

Итоговый и промежуточный контроль

В качестве критерия текущего контроля выступает совокупность выполненных студентом индивидуальных письменных работ, выступления на семинарах, участие в деловых играх и реализации творческих проектов. Промежуточный контроль представляет выполнение студентами домашних заданий к каждому занятию, написание эссе, изучение специальной научной литературы, самостоятельное составление схем, таблиц алгоритмов по изучаемым темам, создание типологических альбомов, проведение

типологического анализа СМИ (по выбору студента) с оценкой перспективы его дальнейшего существования и развития на информационном рынке.

#### *Типологический анализ издания*

Анализ подразумевает не только перечисление типологических признаков издания, но и их интерпретацию (сопоставление признаков между собой, соотнесение набора признаков с определенной типологическим видом и подвидом, выявление признаков разных типологических ниш и т. д.).

#### Алгоритм анализа

1. Укажите название издания и количество анализируемых номеров (минимум – один номер).

2. Перечислите и сопоставьте типологические признаки: типоформирующие и формальные.

Типоформирующие признаки:

а) учредитель (укажите форму собственности издания и организационно-правовую форму редакции);

б) издатель;

в) функционально-тематическая направленность (перечислите признаки, которые позволили отнести издание к одному из пяти функционально-тематических блоков, а также определите тип издания внутри блока, аргументируйте свою точку зрения);

г) характеристики целевой аудитории (возраст читателей, гендерная характеристика, социальный статус, финансовое положение, психологические особенности);

д) название издание и слоган (оцените их с точки зрения благозвучности, компактности, отражения тематики издания и особенностей целевой аудитории).

Формальные признаки:

а) язык;

б) локальность;

в) периодичность;

г) формат (как он отражает функционально-тематическую направленность);

д) цветность;

е) полосность (рассчитайте объем одного номера);

ж) тираж (оцените соотношение тиража и показателя локальности издания).

3. Определите, к какому типу прессы относится рассматриваемое издание: качественному, массовому или смешанному (перечислите соответствующие признаки, приведите приемы, подтверждающие ваши наблюдения).

4. Оцените перспективу функционирования на информационном рынке анализируемого издания (насколько заполнена информационная ниша, существуют ли конкуренты, какими преимуществами обладает данное издание).

#### *Вопросы к зачету*

1. Соотношение понятий «классификация», «типология», «система». Системные характеристики СМИ.

2. Типоформирующие признаки СМИ.
3. Формальные признаки СМИ.
4. Портрет целевой аудитории издания, характеристика интересов и потребностей читателей (зрителей, слушателей).
5. Виды и методы мониторинга интересов и потребностей целевой аудитории, правила обработки и интерпретации полученных результатов исследования.
6. Классификация СМИ по локальному признаку. Особенности функционирования современной системы СМИ по вертикали и горизонтали локальности.
7. Классификация СМИ по периодичности выхода. Причины и следствия изменения показателей периодичности выхода в газетной и журнальной периодике.
8. Классификация СМИ с точки зрения возрастной характеристики целевой аудитории.
9. Виды СМИ с точки зрения гендерного разделения целевой аудитории. Способы и средства трансляции гендерных моделей поведения в современных СМИ.
10. Функционально-тематическое разделение СМИ: принципы, особенности разграничения, зоны пересечения.
11. Общая характеристика общественно-политических изданий.
12. Виды общественно-политических изданий.
13. Общая характеристика деловой прессы.
14. Классификация деловых изданий.
15. Общая характеристика просветительских изданий.
16. Виды просветительских изданий.
17. Специализированные издания для журналистов.
18. Общая характеристика досуговой прессы.
19. Классификация развлекательных изданий.
20. Общая характеристика рекламных изданий.
21. Виды рекламных информационных продуктов.
22. Принципы разделения изданий на качественные, массовые и смешанные.
23. Характеристика современных качественных изданий.
24. Классификация массовых изданий.
25. Форматы современного радиовещания.
26. Типология современного телевидения.
27. Типология сетевых и онлайн-СМИ. Особенности функционирования онлайн-СМИ в соотношении с традиционными средствами массовой информации.
28. Классификация информационных агентств, специфика их деятельности в России.
29. Типологический анализ СМИ: структура, методы, алгоритм определения и оценки информационной ниши, конкурентоспособности.
30. Типологическая характеристика информационного рынка Республики

Дагестан.

31. Основные тенденции формирования и функционирования типологической системы СМИ в России и за рубежом.

*Тестовые задания*

1. Какой из основополагающих принципов законодательства в сфере массовой информации назван неправильно?
  - a. принцип свободы массовой информации;
  - b. принцип баланса интересов;
  - c. принцип идеологического однообразия;
  - d. принцип судебного разрешения споров.
2. Кто из перечисленных лиц не может выступать учредителем СМИ?
  - a. органы государственной власти и органы местного самоуправления;
  - b. объединения граждан, предприятие, учреждение, организация, деятельность которых законом не запрещена;
  - c. гражданин другого государства или лицо без гражданства, не проживающее постоянно на территории РФ;
  - d. гражданин, прибывающий в местах лишения свободы по решению суда.
3. Деятельности СМИ может быть прекращена или приостановлена
  - a. по решению органов государственной власти;
  - b. по решению учредителя;
  - c. по решению суда по иску регистрирующего органа.
4. Отказ в предоставлении запрашиваемой СМИ информации
  - a. возможен по решению должностного лица;
  - b. невозможен;
  - c. возможен, если информация содержит коммерческую или государственную тайну.
5. Редакция не обязана
  - a. отвечать на письма граждан и пересылать эти письма организациям и должностным лицам, в чью компетенцию входит их рассмотрение;
  - b. соблюдать авторские права на используемые произведения;
  - c. сохранять в тайне источник информации.
6. Укажите самое "старое" из перечисленных ниже средств массовой информации:
  - a. телевидение;
  - b. радио;
  - c. пресса;
  - d. Интернет.
7. Первоначальное значение слова «газета»:
  - a. периодическое печатное издание;
  - b. информационный листок;
  - c. текст на пергаменте;
  - d. итальянская мелкая монета, составлявшая цену письменного сообщения о какой-либо товарной новости.
8. Рождение прессы датируется

- a. 1600 годом;
- b. 1603 годом;
- c. 1609 годом;
- d. 1700 годом.

9. Первая российская печатная газета называлась

- a. «Ведомости»;
- b. «Известия»;
- c. «Куранты»;
- d. «Новости».

10. Информационное общество – это:

- a. общество, в котором господствует государственная информационная политика;
- b. общество, в котором налажен информационный обмен;
- c. общество с развитыми СМИ;
- d. открытое общество, в котором в качестве базисной характеристики выступает доминирующая личностная собственность на знания и информацию, имеющая свойства товара.

## **7.2. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля – 40 % и промежуточного контроля – 60 %.

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий – 10 баллов,
- участие на практических занятиях – 20 баллов,
- выполнение домашних (аудиторных) контрольных работ – 10 баллов.

Промежуточный контроль по дисциплине включает:

- устный опрос – 20 баллов,
- письменная контрольная работа – 40 баллов.

## **8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

а) адрес сайта курса

[www.gam.sitcity.ru](http://www.gam.sitcity.ru);

б) основная литература:

1. Струкова, Е. В. Система СМИ [Электронный ресурс]: практикум / Е.В. Струкова. – Электрон. текстовые данные. – Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. – 98 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63006.html>

2. Велитченко, С. Язык и стиль современных масс-медиа [Электронный ресурс]: учебное пособие / С. Велитченко. – Электрон. текстовые данные. –

- Алматы: Казахский национальный университет им. аль-Фараби, 2012. – 150 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61244.html>
3. Козыбаев, С. СМИ Евразии. Пресса новейшего времени [Электронный ресурс]: учебное пособие / С. Козыбаев. – Электрон. текстовые данные. – Алматы: Казахский национальный университет им. аль-Фараби, 2013. – 186 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/59878.html>
4. Корконосенко, С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение. – М.: Логос, 2010. – 248 с.
5. Средства массовой информации России: учебное пособие / М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова, Е. Л. Вартанова. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 380 с.
6. Техника и технология СМИ: печать, радио, телевидение, Интернет: учебник / Под ред. В. В. Тулупова. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2008. – 320 с.
7. Типология периодической печати: учебное пособие / Под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 236 с.

в) дополнительная литература:

1. Асташкина, И., Мишин, В. Методы классификации и типологии // [www.inventech.ru/lib/analisis/analisis0013](http://www.inventech.ru/lib/analisis/analisis0013)
2. Быков, А. Ю. Современная зарубежная журналистика: Конспект лекций. Учебное пособие. – Екатеринбург: Изд-во УрГУ, 2003.
3. Гуревич, С. М. Газета вчера, сегодня, завтра. – М.: Аспект Пресс, 2004.
4. Дайсон, Э. Жизнь в эпоху Интернета. – М.: Бизнес и компьютер, 1998.
5. Еременко, А. В. Деловая пресса в России: история, типология, моделирование изданий. Автореф. дисс. ...канд. филол. наук. – Ростов-на-Дону, 2006.
6. Иконников, А. В. Городская газета / Искусство, среда, время. – М.: Просвещение, 1999.
7. Калмыков, А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика. – М.: Юнити-Дана, 2005.
8. Кихтан, В. В. Информационные технологии в журналистике. – Ростов-на-Дону, 2004.
9. Ковалева, М. М. Отечественная журналистика: вопросы теории и практики. – Екатеринбург: Наука, 2000.
10. Маккей, Дж. Всё о журналах / ред. пер. М. С. Кострюкова, Д. П. Абрикосов. – М.: Издательский дом «Университетская книга», 2008.
11. Машкова, С. Г. Интернет-журналистика: учебное пособие. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006.
12. Мельник, Г. С. Деловая журналистика. – СПб.: Питер, 2010
13. Монастырская, А. А. Таблоидная пресса в России, 1990-2000 гг. Автореф. дисс. ... кандидата филологических наук. – СПб., 2003.
14. Мурзин, Д. А. Очерк типологии деловой прессы. ВМУ «Журналистика». – 2003. – №2.
15. Мутовкин, Л. А. Печатные СМИ. Типология современной прессы. – Воронеж, 1997.

16. Овсепян, Р. П. Периодическая печать России. Система. Типология. – М.: Мысль, 1995.
17. Прудивус, Н. И. Современные тенденции развития мировой журналистики // Журналистика в 2001 году: СМИ и вызовы нового века. Тезисы научно-практической конференции. Часть 3. – М., 2002.
18. Реснянская, Л. Л. Газета для всей России. – М.: Изд-во ИКАРкнига, 1999.
19. Реснянская, Л. Л. СМИ и политика: учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2007.
20. Рохлин, А. М. История отечественного телевидения. – М.: Аспект Пресс, 2008.
21. Современная пресса: теория и опыт исследования. – М.: Изд-во «ВК», 2007.
22. Сетевые технологии и журналистика: эволюция финских СМИ / М. Павликова. – М.: РИП-холдинг, 2001. – 99 с.
23. Фомичева, И. Д. Индустрия рейтингов: введение в медиаметрию: учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2004.
24. Фомичева, И. Д. Социология Интернет-СМИ. – М.: Изд-во МГУ, 2005.
25. Шкондин, М. В. Газетно-журнальная типология в условиях становления коммуникативной системы информационного общества // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2003. – №2.
26. Шкондин, М. В. Трансформация типологической структуры российских СМИ: системные аспекты. – 2000. – №1.
27. Энциклопедия мировой индустрии СМИ / Под ред. Е.Л. Варгановой. – М.: Аспект пресс, 2009.

## **9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. <http://www.rdpress.ru>- сайт Министерства печати РД
2. <http://www.etnosmi.ru>-сайт-сайт национальных газет Дагестана
3. [www.cjes.ru](http://www.cjes.ru) – сайт Центра экстремальной журналистики.
4. [www.ezhe.ru](http://www.ezhe.ru) – сайт Международного союза интернет-деятелией «ЕЖЕ»
5. [www.jourmedia.ru](http://www.jourmedia.ru) – сайт журнала Союза журналистов России «Журналистика и медиарынок».
6. [www.journalist-virt.ru](http://www.journalist-virt.ru) – сайт журнала «Журналист».
7. [www.mediascope.ru](http://www.mediascope.ru) – электронный научный журнал факультета журналистики МГУ.

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

«Типология СМИ» является связующим звеном в изучении общепрофильных и специализированных журналистских дисциплин. В связи с этим во время



занятий преподавателю необходимо правильно интерпретировать цель и задачи изучаемого курса, а также акцентировать внимание студентов на междисциплинарных связях данного предмета. В частности «Типология СМИ» является теоретической базой для изучения дисциплины «Выпуск учебной газеты», в рамках которой с практической точки зрения рассматривается целый ряд вопросов, связанных с формированием представлений о СМИ как особой системе. Блок информации, представленный студентам на занятиях по «Типологии СМИ», конкретизируется и переосмысливается в рамках таких профессиональных дисциплин, как «Основы творческой деятельности журналиста» (выбор тем, жанров, источников информации в соответствии с типологическими характеристиками СМИ), «Техника и технология СМИ» (разработка графической модели издания в соответствии с его типологической принадлежностью), «История отечественной журналистики» (закономерности, связанные с влиянием политических, экономических, социальных процессов на типологию и формирование системы СМИ), «Основы радиожурналистики» (создание конкретных информационных продуктов, соответствующих формату радиостанции), «Основы тележурналистики» (создание синопсиса сюжета для новостных программ личных каналов), «Социальная журналистика» (особенности освещения социальных проблем российского общества различными типами СМИ), «Детские и молодежные программы и издания» (типология детских и молодежных СМИ).

На занятиях по учебной дисциплине «Типология СМИ» преподавателю необходимо эффективно сочетать индивидуальные (написание эссе, создание типологических альбомов по каждому тематическому блоку, создание презентации одного дагестанского СМИ (по выбору студента), подготовка докладов и сообщений) и коллективные формы работы. Умения и навыки типологического анализа разных видов СМИ следует закреплять в рамках деловых и творческих игр («Развлекай и властвуй» — отработка принципов создания различных видов развлекательной прессы, «Суд над рекламой» — разбор типологических характеристик рекламных газет и журналов, форм их гибридизации с другими видами прессы). Игры позволяют выработать навыки профессионального общения с представителями редакций разных типов СМИ, самоорганизации и поиска своей тематической, жанровой, типологической ниши. Программа курса предполагает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения практических занятий (деловые и творческие игры, мастер-классы журналистов, работающих в различных типах СМИ и др.) Для реализации представленных индивидуальных задач и групповых заданий студентам предлагается использовать проектную технологию (разработка и защита концепции и типологической характеристики собственного СМИ), технологию развития критического мышления (выступление в роли обозревателей разных типов периодических изданий, анализ и оценка состояния разных сегментов российского информационного рынка,

определение типа СМИ, в котором студент хотел бы в будущем работать или проходить практику).

Одной из важных форм работы, которая позволяет проверить систематизированность усвоенных знаний, уровень аналитических способностей студентов, приобретенные ими навыки и умения типологической оценки информационного рынка, является выполнение типологического анализа СМИ.

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Для достижения поставленных образовательных целей применяются следующие информационные технологии:

- предоставление учебников и другого печатного материала;
- размещение изучаемых материалов на сайте кафедры [www.gam.sitecity.ru](http://www.gam.sitecity.ru);
- видеопленки;
- работа в электронной библиотеке;
- самостоятельная работа с использованием электронной почты;
- электронные (компьютерные) образовательные ресурсы.

Часть лекционного и практического материала дается студентам в системе визуальной презентации (smart-доска, телевизор, DVD-плеер). Во время практических занятий рекомендуется использовать программное обеспечение, необходимое для подготовки презентаций и составления типологических альбомов — пакет программ Microsoft Office, Power Point, Adobe InDesign, Corel Draw.

Необходимая часть самостоятельной работы - самообучение. В процессе самообучения студент может изучать материал, пользуясь печатными изданиями, видеопленками, электронными учебниками и CD ROM-учебниками и справочниками. К тому же студент имеет доступ к электронным библиотекам и базам данных, содержащим огромное количество разнообразной информации.

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Компьютерное и мультимедийное оборудование:

- ноутбук;
- CD-ROM;
- проектор;
- экран;
- флеш-накопитель;

видео- и аудиовизуальные средства обучения:

- диктофон;
- магнитофон;
- видеокамера.