

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Косенок Сергей Михайлович  
Должность: ректор  
Дата подписания: 01.07.2025 07:56:58  
Уникальный идентификатор:  
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

## Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине: Теория и практика медиамедиакоммуникации, 3 семестр

Код, направление подготовки	42.03.05 Медиамедиакоммуникации
Направленность (профиль)	Медиамедиакоммуникации
Форма обучения	Очная
Кафедра разработчик	Режиссуры
Выпускающая кафедра	Режиссуры

### Типовые задания для контрольной работы

1. Методологические основы теории медиакоммуникации.
2. Междисциплинарный характер коммуникативного знания.
3. Виды медиакоммуникации.
4. Вербальная, устноречевая, письменноречевая, невербальная медиакоммуникации.
5. Уровни медиакоммуникации.
6. Трансляция смыслов и понятие эффектов медиакоммуникации.
7. Условия эффективной медиакоммуникации.
8. Способы измерения эффектов и эффективности медиакоммуникации.
9. Многоканальность, вариативность и нормативность массовой медиакоммуникации.
10. Интернет – новейший интерактивный информационный канал.
11. Функции цифровых медиа в культуре глобального информационного общества.
12. Как изучается феномен блоггинга?
13. Как ведение блогов меняет облик традиционной журналистики?
14. Как развивался русскоязычный сегмент интернета в 1990-2000-е гг.?
15. Каковы черты культурной специфики Рунета?
16. Как работает «вирусная реклама» в интернете?
17. Феномен гражданского активизма в сети.
18. Культура виртуальной личности в интернете.
19. Культурная специфика русскоязычной блогосферы.
20. Новые медиа и конструирование «гиперреальности».
21. Трансформации русского языка в рунете.
22. Представление знания в «Википедии».
23. Особенности онлайн-дневников подростков.
24. Возможности и границы электронной коммерции.
25. Интернет и возможности гражданского общества

## Типовые вопросы к зачету с оценкой

1. Понятие медиакommunikации.
2. Современные медиа как система: понятие, структура, элементы.
3. Типология медиасистем.
4. Уровни медиасистем.
5. Компаративный анализ советской и российской, актуальных американской, европейской и российской медиасистем.
6. Характеристики современной медиакommunikации.
7. О различии понятий СМК и журналистика.
8. Новые функции медиа. СМК в структуре свободного времени.
9. Гедонистическая функция медиа.
10. СМК как сдвоенный рынок информации и услуг.
11. Экономическая коммуникация медиасистемы.
12. Рынок как фактор становления медиасистемы в постсоветской России и проблемы институализации СМК.
13. Практика и теория медиабизнеса.
14. Медиаменеджмент как новое направление теории медиа.
15. Интегрированные маркетинговые коммуникации СМК.
16. Новые виды СМК и новые форматы медиакommunikации.
17. Новые форматы взаимодействия СМК и аудитории.
18. Интерактивные каналы коммуникации и повышение активности аудитории.
19. Активная аудитория как субъект медиасистемы.
20. Просьюмер как актер медиакommunikации и формирование новой типологии аудитории СМК.
21. Российская специфика аудиторий медиа.
22. «Гражданские журналисты», блогеры в современной медиакommunikации.
23. Теории коммуникации печатных СМИ.
24. Теоретические исследования радиокommunikации.
25. Телевизионная коммуникация как предмет теоретического изучения.
26. Интернет-коммуникация и сущностные трансформации медиасистемы: новые теоретические концепции.
27. Конвергенция и новые подходы к формированию теоретических концепций медиаиндустрии.
28. Переход от средств массовой коммуникации к концепции средств массовой коллаборации.
29. Типология угроз и коммуникационных барьеров медиасистемы.
30. Технологии коммуницирования медиа: уровни, типы, виды, форматы.
31. Язык массмедиа как объект междисциплинарного исследования.
32. Язык СМК как особый язык социального взаимодействия.
33. Семиотический, герменевтический, риторический, психологический, когнитивный, лингвопрагматический, социологический аспекты изучения языка

СМК.

34. Медиатекст как тип текста и элемент коммуникационного процесса.
35. Тенденции трансформации медиа в XXI веке и современные теоретические концепции.
36. Частнонаучные и нормативные теории медиа XXI века.
37. Медиалогия как новая комплексная гуманитарная дисциплина.