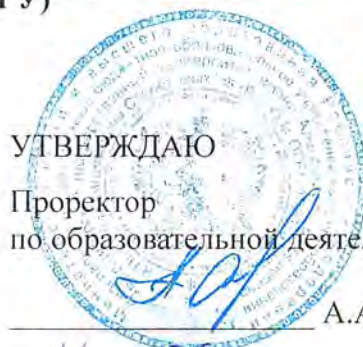


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
(ВлГУ)



УТВЕРЖДАЮ

Проректор  
по образовательной деятельности

А.А.Панфилов

« 11 » 19 \_\_\_\_\_ 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**СОВРЕМЕННЫЕ ЗАРУБЕЖНЫЕ СМИ**  
(наименование дисциплины)

Направление подготовки: 42.03.02 «Журналистика»

Профиль/программа подготовки: «Журналистика»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточной аттестации (экзамен/зачет/зачет с оценкой)
7	4/144	18	18		81	Экзамен/27
Итого	4/144	18	18		81	Экзамен/27

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### Цель освоения дисциплины:

- формирование у студентов представления о закономерностях развития зарубежных моделей СМИ, о роли СМИ в экономической, политической, культурной и социальной жизни зарубежных государств.

### Задачи освоения дисциплины:

- рассмотреть современное состояние средств массовой информации в зарубежных странах, прежде всего в наиболее развитых в сфере СМИ;
- изучить основные направления их развития в условиях современного общества;
- проанализировать важнейшие факторы, влияющие на положение СМИ в современном мире;
- дать представление о профессиональных критериях деятельности зарубежных журналистов.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Современные зарубежные СМИ» относится к базовой части учебного плана. Пререквизиты дисциплины: «История отечественной журналистики», «История зарубежной журналистики», «Основы журналистской деятельности», «Профессиональная этика и культура журналиста».

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
<i>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.</i>	<i>полное</i>	<b>Знать:</b> <i>структуру средств массовой информации зарубежных СМИ; стандарты профессиональной деятельности зарубежных журналистов; международно-правовое регулирование зарубежных СМИ</i> <b>Уметь:</b> <i>ориентироваться в основных этапах и процессах развития зарубежной литературы и журналистики, использовать этот опыт в профессиональной деятельности</i> <b>Владеть:</b> <i>базовыми принципами формирования медиасистем, анализом особенностей национальных медиамodelей в сравнении с реалиями функционирования российских СМИ</i>
<i>ПК-3: отбирает релевантную информацию из доступных документальных источников</i>	<i>полное</i>	<b>Знать:</b> <i>источники информации, их виды, типологию, методы и инструменты поиска информации в разного вида и формата источниках</i> <b>Уметь:</b> <i>использовать современную техническую базу и новейшие цифровые технологии, применяемые в медиасфере, для решения профессиональных задач</i> <b>Владеть:</b> <i>современными технологическими навыками для поиска</i>

<p><b>ПК-4:</b> проверяет достоверность полученной информации, разграничивает факты и мнения</p>	<p>полное</p>	<p>информации, ее проверки и анализа, способностью эффективно использовать иностранный язык в связи с профессиональными задачами</p> <p><b>Знать:</b> как осуществлять общественную миссию журналистики, эффективно реализовывать функции СМИ</p> <p><b>Уметь:</b> понимать смысл свободы и социальной ответственности журналистики и журналиста и следовать этому в профессиональной деятельности</p> <p><b>Владеть:</b> способностью следовать принципам работы журналиста с источниками информации, знать методы ее сбора, селекции, проверки и анализа, возможности электронных баз данных и методы работы с ним</p>
<p><b>ПК-5:</b> предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта</p>	<p>полное</p>	<p><b>Знать:</b> характерные черты, а также сходства и различия в системах средств массовой информации зарубежных стран; функционирование журналистики в системе демократических институтов, ее роли в общественно-политической жизни</p> <p><b>Уметь:</b> искать, читать и анализировать материалы, опубликованных (вышедших в эфир) в СМИ отечественных и зарубежных стран</p> <p><b>Владеть:</b> пониманием особенностей журналистского мастерства на примере творчества крупнейших отечественных и зарубежных журналистов в пределах основных жанров</p>
<p><b>ПК-23:</b> соотносит вопросы информационной повестки дня с общечеловеческими ценностями</p>	<p>полное</p>	<p><b>Знать:</b> основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции; основные этапы и процессы развития отечественной литературы и журналистики</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать основные тенденции формирования социальной структуры современного общества, ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ</p> <p><b>Владеть:</b> следовать в профессиональной деятельности основным российским и международным документам по журналистской этике</p>

#### 4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС		
1	Средства массовой информации в условиях глобализации	7	1-2	2	2		9	1/25%	
2	Проблемы международно-правового регулирования деятельности средств массовой информации	7	3-4	2	2		9	1/25%	
3	Средства массовой информации и политика	7	5-6	2	2		9	1/25%	рейтинг-контроль №1
4	Экономика СМИ	7	7-8	2	2		9	1/25%	
5	Национальные модели СМИ: сравнительный анализ	7	9-10	2	2		9	1/25%	
6	Профессиональные аспекты деятельности в зарубежных СМИ	7	11-12	2	2		9	1/25%	Рейтинг-контроль №2
7	СМИ Великобритании как пример фрагментации аудитории медиарынка	7	13-14	2	2		9	1/25%	
8	Современные СМИ США как пример глобализации прессы	7	15-16	2	2		9	1/25%	
9	Новые информационные технологии и СМИ	7	17-18	2	2			1/25%	рейтинг-контроль №3
Всего за 7 семестр:				18	18		81	9/25%	Экзамен/27
Наличие в дисциплине КП/КР				-					
Итого по дисциплине				18	18		81	9/25%	Экзамен/27

#### Содержание лекционных занятий по дисциплине

##### Раздел 1. Средства массовой информации в условиях глобализации

##### Тема 1. Информация как определяющий фактор современного развития

Содержание темы: Информационное общество: современные концепции, определения, реальность. СМИ в условиях перехода развитых стран к информационному обществу. Воздействие факторов глобального и национального характера на становление информационного общества. Конвергенция СМИ. Цифровое содержание и услуги - важнейшая особенность информационной экономики. Проблемы информационного неравенства.

##### Тема 2. Современные зарубежные теории СМИ

Содержание темы: Зарубежные теории печати и других СМИ. Возникновение, развитие и современное состояние основных концепций (авторитарной, свободы печати, социальной ответственности журналистики).

**Раздел 2.** Проблемы международно-правового регулирования деятельности средств массовой информации

## Тема 1. Регулирование деятельности СМИ

Содержание темы: Законодательство о СМИ: общие принципы, особенности в отдельных странах. Особенности национального законодательства, касающегося СМИ, в западноевропейских странах и США. Саморегулирование в СМИ. Профессиональные и этические кодексы журналистов в зарубежной журналистике.

## Тема 2. Регулирование СМИ международными организациями.

Содержание темы: Важнейшие международно-правовые документы, касающиеся СМИ. Вопросы деятельности СМИ в Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод и Всеобщей декларации прав человека. Проблема доступа к информации в различных странах. Важнейшие национальные законодательные акты, регулирующие доступ к информации.

## Раздел 3. Средства массовой информации и политика

### Тема 1. Роль СМИ в общественных процессах

Содержание темы: Соотношение свободы СМИ и контроля над ними в современных западных обществах. СМИ и выборы. Освещение избирательных кампаний и деятельность журналистов во время кампаний и выборов. Особенности деятельности различных СМИ в период избирательных кампаний. Политические партии и журналистика. СМИ и межнациональные конфликты. СМИ в международных отношениях.

### Тема 2. Концепция «четвертой власти»

Содержание темы: Принципы и формы взаимодействия СМИ с тремя ветвями власти в западных демократиях. Методы административного воздействия на журналистику. СМИ и судебная власть. Формы взаимодействия первых лиц государств и правительств со СМИ: пресс-конференции, брифинги, утечка информации. Церковь и СМИ.

## Раздел 4. Экономика средств массовой информации

### Тема 1. Формы собственности СМИ

Содержание темы: Основные формы собственности (частная, государственная, общественная) и их воздействие на содержание СМИ. Концентрация СМИ: вертикальная, горизонтальная, перекрестная. Плюсы и минусы процесса концентрации. Транснациональные корпорации СМИ и их место в современной экономике развитых стран.

### Тема 2. Основные каналы финансирования СМИ

Содержание темы: Реклама как основной источник доходов СМИ. Государственное субсидирование СМИ. Антимонопольное законодательство. Экономическая политика развитых государств в СМИ. СМИ в условиях глобализации рыночной экономики.

## Раздел 5. Национальные модели СМИ: сравнительный анализ.

### Тема 1. Средства массовой информации как система.

Содержание темы: Понятие модели СМИ. Основные модели средств массовой информации: общие характеристики и национальные особенности. Американская, британская, европейская и азиатская модели СМИ. Их взаимовлияние и взаимозависимость. Инфраструктура СМИ. Информационные агентства: статус и практика. Рекламные агентства. Глобализация рекламной деятельности.

### Тема 2. Типология различных форматов прессы

Содержание темы: Качественные, массовые и качественно-массовые газеты, их специфика. Место деловых изданий в современной периодической печати. Аудиовизуальные СМИ. Две модели национального вещания: общественное/общественно-правовое телевидение как западноевропейская модель и коммерческие телесети как американская модель.

## Раздел 6. Профессиональные аспекты деятельности зарубежных СМИ

### Тема 1. Форматы и методы производства информационного продукта

Содержание темы: Информационные жанры зарубежной журналистики. Новости и темы «человеческого интереса». Структура информационных материалов. Жанры периодических изданий. Основные жанры телевизионной журналистики (новости, сериалы, развлекательные программы). Жанры радиожурналистики. Массовая культура в СМИ.

### Тема 2. Специфика работы зарубежных журналистов

Содержание темы: Критерии информационной деятельности в зарубежной журналистике. Концепция объективности информации. Границы объективности. Проблемы стереотипизации в зарубежных СМИ. Видеоряд в технике информационного воздействия. Интернет и профессия

журналиста. Способы манипулирования новостным содержанием в современной зарубежной журналистике

### **Раздел 7. СМИ Великобритании как пример фрагментации аудитории медиарынка**

Тема 1. Общественное и частное вещание Великобритании

Содержание темы: Общественное вещание Великобритании, его роль в становлении общественного/общественного правового вещания в Европе и США. Концепция общественного вещания. Концепция частного вещания. Государственное и рыночное регулирование СМИ. Реклама как фактор политического контроля.

Тема 2. Целевая адресность прессы Великобритании

Содержание темы: Целевая адресность прессы Великобритании. Сегментации рынка. Фрагментация аудитории. Контент изданий и реклама, определяемые адресностью прессы. Экономика современной прессы Великобритании. Воздействие политики на журналистику. Информационные концерны Великобритании. Формы и виды цензуры СМИ.

### **Раздел 8. Современные СМИ США как пример глобализации прессы**

Тема 1. Концентрация и монополизация СМИ

Содержание темы: Американская модель СМИ. Проблемы независимости СМИ и роль Первой поправки к Конституции США. Крупнейшие медиаконцерны США. Воздействие корпораций на СМИ. Роль финансового капитала и банков в экономике и политике СМИ. Противостояние республиканцев и демократов на страницах американской прессы.

Тема 2. Журналистика и бизнес.

Содержание темы: Тенденции развития СМИ в условиях рыночной экономики. Интеграция и поглощение на рынке СМИ. Экономика современного информационного производства. Рыночная конкуренция и проблемы плюрализма в средствах массовой информации США. Новые информационные технологии и структурные изменения глобальных информационных потоков.

### **Раздел 9. Новые информационные технологии и СМИ**

Тема 1. Новые медиа

Содержание темы: Новые технологии сбора, распространения и хранения информации как фактор, определяющий развитие СМИ. Интерактивность, дигитализация и конвергенция как важнейшие процессы, характеризующие новые медиа. Интернет - основа современной глобальной системы информации и коммуникации.

Тема 2. Традиционные СМИ в Интернете

Содержание темы: Новые информационные технологии и традиционные средства массовой информации: возможности слияния и проблемы взаимодействия. Традиционные СМИ в Интернете. Преимущества он-лайн СМИ по сравнению с традиционными. Новые подходы к информированию аудитории он-лайн. Изменения методов и форм работы журналиста он-лайн СМИ.

## **Содержание практических занятий по дисциплине**

### **Раздел 1. Средства массовой информации в условиях глобализации**

Темы 1-2. СМИ в условиях перехода к информационному обществу. Теория информационного общества: этапы становления. Информация как определяющий фактор современного развития. Средства массовой информации в условиях перехода развитых стран к информационному обществу. Воздействие факторов глобализации на становление информационного общества.

### **Раздел 2. Проблемы международно-правового регулирования деятельности средств массовой информации**

Темы 1-2. Законодательство о средствах массовой информации в странах Западной Европы, США и России: сравнительный анализ. Проблема регулирования деятельности средств массовой информации международными организациями. Проблема доступа к информации в странах Западной Европы, США и России. Важнейшие международно-правовые документы, касающиеся средств массовой информации.

### **Раздел 3. Средства массовой информации и политика**

Темы 1-2. Что означает с точки зрения международного законодательства свобода слова и свобода печати? Принципы и формы взаимодействия средств массовой информации с тремя ветвями власти в западных демократиях. Новые технологии и СМИ во время предвыборных кампаний. Медиатизация политики. Политический маркетинг. Влияние СМИ на поведение политиков

#### **Раздел 4. Экономика средств массовой информации**

Темы 1-2. Средства массовой информации в условиях глобализации рыночной экономики. Транснациональные корпорации средств массовой информации и их место в современной экономике развитых стран. Экономическая политика западных государств в средствах массовой информации. Рыночная конкуренция и проблемы плюрализма в средствах массовой коммуникации.

#### **Раздел 5. Национальные модели СМИ: сравнительный анализ.**

Темы 1-2. Средства массовой информации как система. Функционирование моделей СМИ в различных странах Западной Европы и США. Основные периодические издания: названия, тиражи, их идейно-политическая линия, издатели. Система аудиовизуальных средств массовой информации – компании, форма собственности, технические ресурсы, особенности программной политики. Основные предприятия "инфраструктуры" СМИ (информационные агентства, рекламные агентства, компании паблик рилейшнз).

#### **Раздел 6. Профессиональные аспекты деятельности зарубежных СМИ**

Темы 1-2. Специфика зарубежной концепции объективности информации. Охрана интересов государства и личности. Критерии информационной деятельности в зарубежной журналистике. Принципы и профессиональные ценности журналистики в странах Западной Европы и США. Специфика работы в газетах и журналах за рубежом.

#### **Раздел 7. СМИ Великобритании как пример фрагментации аудитории медиарынка**

Темы 1-2. Концентрация и монополизация СМИ в современных условиях. Роль и место общественного ТВ Великобритании. Конкуренция на рекламном рынке. Увеличение тиража газет. Приобретение различных СМИ промышленно-финансовыми корпорациями. Активное вторжение в политику медийного поля.

#### **Раздел 8. Современные СМИ США как пример глобализации прессы**

Темы 1-2. Борьба крупнейших медиа-концернов за рынок сбыта медиа-продукции. Американские СМИ в условиях "холодной войны". Основные причины кризиса прессы второй половины XX века. Становление и развитие инфотейнмента, инфомершиалса, докудрамы, докумыла. "CNN International" как глобальная служба теленовостей. СМИ в глобальных коммуникационных процессах. Средства массовой информации США и основные институты демократического общества.

#### **Раздел 9. Новые информационные технологии и СМИ**

Темы 1-2. Технологии сбора, распространения и хранения информации. Профессиональные качества журналиста в связи с развитием информационных и коммуникационных технологий. Появление фейков и требования к журналисту в связи с работой в Интернете. Тролли, сатира, пародии, боты — правила поведения в новых медиа. Фактчекинг и открытые базы данных. Новые информационные технологии и средства массовой информации.

### **5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

В преподавании дисциплины «Современные зарубежные СМИ» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- *Интерактивная лекция (темы № 1-3);*
- *Групповая дискуссия (темы №3-7);*
- *Анализ ситуаций (темы №8-9);*
- *Применение имитационных моделей (тема №6)*

### **6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

Текущий контроль успеваемости (рейтинг-контроль 1, рейтинг-контроль 2, рейтинг-контроль 3).

## Рейтинг-контроль № 1

1. Впервые термин «информационное общество» было употреблено:
  - а) Ю. Хаяши
  - б) Д. Белл
  - в) М. Маклюэн
2. Одна из концепций массовой коммуникации, являющаяся инструментом контроля за правительством, призванная информировать, развлекать, продавать информацию, главным образом «открывать правду»:
  - а) авторитарная теория
  - б) демократического участия
  - в) либертарианская теория
  - г) теория социальной ответственности
3. Кваллоиды — это:
  - а) бульварные газеты во Франции
  - б) массовые газеты в Италии
  - в) качественные массовые газеты в Северной Европе
4. Крупнейшими газетами Норвегии являются:
  - а) Аftenposten
  - б) Verdens Gang
  - в) Dagbladet
5. Феномен Slow TV появился в:
  - а) США
  - б) Греции
  - в) России
  - г) Норвегии
6. Газета «Юлланде Постен» известна тем, что:
  - а) ее журналисты работают бесплатно
  - б) стала организатором марша протеста против миграционного законодательства в Дании
  - в) опубликовала карикатуры на пророка Мухаммеда
  - г) там самое большое количество лауреатов Пулитцеровской премии
7. Первый директор Би-Би-Си сэр Джон Рейт вошел в историю журналистики тем, что:
  - а) любил телевидение куда больше, чем радио
  - б) никогда не держал в руках газет
  - в) дружил с королевской семьей и поэтому стал директором Би-Би-Си
  - г) разработал концепцию общественного вещания, принятую во всем мире
8. Какая из газет относится к качественной прессе:
  - а) Файнэншл таймс
  - б) Дейли миррор
  - в) Дейли экспресс
  - г) Сан
9. Самый большой тираж в Великобритании имеет:
  - а) Гардиан
  - б) Морнинг Стар
  - в) Телеграф
  - г) Сан

## Рейтинг-контроль № 2

1. Крупнейшим немецким издательством газетной периодики является:
  - а) Группа ДуМонт Шауберг
  - б) Ассошиэтед ньюспейперс
  - в) Концерн Акселя Цезаря Шпрингера
  - г) Группа Зюддойчер ферлаг/Фридман Эрбен
2. Какая печать в Германии наиболее развита:
  - а) региональная
  - б) центральная
  - в) национальная



г) корпоративная

3. Какие каналы телевидения сегодня являются государственными во Франции:

а) Антенн-2 и Франс-3

б) Каналь + и Антенн-2

в) ТФ-1 и Каналь +

г) Франс-3 и М-6

4. Общественное телевидение во Франции финансируется:

а) правительством

б) рекламой

в) лицензионными сборами

г) правительством, сборами и рекламой

5. Свобода выражения мнения в Европейской конвенции по правам человека закреплена:

а) ст. 10

б) ст. 19

в) ст. 20

6. Институт «омбудсмана» возник в:

а) Дании

б) Франции

в) Великобритании

г) Швеции

7. Специальное антимонопольное законодательство для СМИ существует в:

а) Великобритании

б) Германии

в) Италии

г) США

8. Европейская Конвенция о трансграничном телевидении была принята в:

а) 1998

б) 1989

в) 2005

г) 1978

### Рейтинг-контроль № 3

1. Комиссия по вопросам свободы печати в США была создана в:

а) 1942

б) 1952

в) 1962

г) 1980

2. Уотергейтское дело расследовали журналисты газеты:

а) Нью-Йорк Таймс

б) Бостон Глоуб

в) Чикаго Трибьюн

г) Вашингтон Пост

3. Тремя крупнейшими телерадиосетями в США 1920-1970-х гг. являлись:

а) NBC, ABC, CBS

б) NBC, CBS, BBC

в) FOX, UPN, NBC

г) CNN, BBC, NBC

4. Спутниковый телеканал SNN начал вещание в:

а) 1991

б) 1978

в) 2001

г) 1985

5. Радио «Свободы» стало вещать на Россию в:

а) 1992

б) 1965

в) 1953

г) 1945

6. Интерактивность средств массовой информации – это:

а) чрезмерное влияние современных СМИ на личность, связанное с тем, что они являются основными поставщиками информации;

б) возможность пользователя напрямую воздействовать на предлагаемую ему информацию;

в) то же, что и медиакратия;

г) слияние технологий распространения и производства информации

6. Конвергенция — это:

а) результат слияния информационных технологий в единый ресурс

б) поглощение и слияние разного вида СМИ

в) доминирование новых медиа над традиционными

г) организация единого ньюс-рума

7. Дигитализация СМИ - это:

а) перевод всех средств информации в цифровой формат

б) выход к потребителю одного СМИ на разных платформах

в) перевод текстового контента в аудиовизуальный

г) создание особой медиасреды

8. Руперт Мердок – это:

а) австралийский медиамагнат

б) совет редакторов «Эль паис»

в) лидер журналистской организации «Репортеры без границ»;

г) медиамагнат, имеющий бизнес-интересы на территории нескольких стран.

### Вопросы к экзамену

1. Информационное общество: современные концепции, определения, реальность

2. СМИ в условиях перехода развитых стран к информационному обществу 3. Глобализация и зарубежные СМИ

4. Рынок СМИ. Важнейшие каналы финансирования СМИ. Проблемы и основные формы собственности в СМИ.

5. Концентрация СМИ. Антимонопольное законодательство.

6. СМИ в условиях глобализации рыночной экономики. Транснациональные корпорации СМИ

7. Важнейшие международно-правовые документы, касающиеся СМИ

8. Особенности национального законодательства о СМИ в западно-европейских странах и США.

9. Принципы и методы саморегулирования СМИ в ведущих странах Запада

10. Деятельность Советов по печати, омбудсменов как форма внутреннего контроля в зарубежной журналистике

11. Этические нормы журналистики западных стран. Профессиональные этические кодексы журналистов

12. Международные журналистские организации: происхождение, цели, функции

13. Принципы и формы взаимодействия СМИ с тремя ветвями власти в западных демократиях

14. Политические партии и журналистика

15. Церковь и журналистика

16. Выборы и журналистика

17. Роль СМИ в общественных процессах. Концепция «четвертой власти» в западных демократиях

18. Особенности рынка зарубежных газет и журналов Великобритании

19. Особенности рынка зарубежных газет и журналов Германии

20. Особенности рынка зарубежных газет и журналов Франции

21. Особенности рынка зарубежных газет и журналов стран Северной Европы

22. Особенности рынка зарубежных газет и журналов США

23. Инфраструктура СМИ.

24. Информационные агентства в системе зарубежных средств массовой информации

25. Принципы и ценности журналистики в странах Западной Европы и США 26. Основные направления в современной западной практической журналистике

27. Современные зарубежные СМИ о России и российской политической жизни 28. Деятельность зарубежных СМИ в «горячих точках» планеты
29. Новости в современной зарубежной журналистике
30. Феномен колумнистики в зарубежной журналистике
31. Феномен нового журнализма в журналистике США
32. Типология периодической печати. Качественные, массовые и качественно-массовые газеты.
33. СМИ в Интернете: зарубежный опыт
34. Интернет в системе массовых коммуникаций.
35. Основные жанры зарубежной телевизионной журналистики
36. Становление и развитие инфотейнмента, инфомершиалса, докудраны, документа.
37. Основные модели организации и финансирования телевидения.
38. Современные тенденции развития зарубежных концепций СМИ
39. Принципы и ценности журналистики в странах Западной Европы и США. 40. Специфика работы в газетах и журналах за рубежом.
41. Способы манипулирования новостным содержанием в современной зарубежной журналистике.
42. Борьба крупнейших медиа-концернов за рынок сбыта медиа-продукции.
43. Западные СМИ в условиях «холодной войны».
44. Основные причины кризиса прессы второй половины XX века.
45. Основные типы организации международного вещания.
46. Европейское общественное телевидение: общие черты и национальные особенности.
47. Информационная интеграция европейских стран.
48. Новые информационные технологии и средства массовой информации.

### **Основные вопросы для самостоятельной работы**

Раздел 1. Средства массовой информации в условиях глобализации

Тема 1. Теория информационного общества: этапы становления.

Тема 2. Информация как определяющий фактор современного развития.

Тема 3. Средства массовой информации в условиях перехода развитых стран к информационному обществу.

Тема 4. Воздействие факторов глобализации на становление информационного общества.

Раздел 2. Проблемы международно-правового законодательного регулирования деятельности СМИ

Тема 1. Законодательство о средствах массовой информации в странах Западной Европы, США и России: сравнительный анализ.

Тема 2. Принципы и формы взаимодействия средств массовой информации с тремя ветвями власти в западных демократиях.

Тема 3. Проблема регулирования деятельности средств массовой информации международными организациями.

Тема 4. Саморегулирование в СМИ. Этические нормы журналистики западных стран. Профессиональные этические кодексы журналистов.

Разделы 2-3. Экономика и политика СМИ

Тема 1. Средства массовой информации в условиях глобализации рыночной экономики.

Тема 2. Концентрация СМИ: вертикальная, горизонтальная, перекрестная. Транснациональные корпорации средств массовой информации и их место в современной экономике развитых стран.

Тема 3. Антимонопольное законодательство. Экономическая политика западных государств в средствах массовой информации.

Тема 4. Рыночная конкуренция и проблемы плюрализма в средствах массовой коммуникации.

Разделы 4-5. Система СМИ в развитых странах.

Тема 1. Средства массовой информации как система.

Тема 2. Функционирование моделей СМИ в различных странах Западной Европы и США.

Тема 3. Глобализация информационной деятельности.

Тема 4. Трансформация системы СМИ в развитых странах в условиях демонополизации и дерегулирования.

Разделы 6-7. Национальные модели СМИ: сравнительный анализ. Типология зарубежных СМИ

Тема 1. Типология периодической печати. Качественные, массовые и качественно-массовые газеты, их специфика. Особенности рынка зарубежных журналов.

Тема 2. Аудиовизуальные СМИ. Две модели национального вещания: общественное/общественноправовое телевидение как западноевропейская модель и коммерческие телесети как американская модель.

Тема 3. Радио: типология зарубежного радиовещания. Трансформация систем общенационального радиовещания в условиях демонополизации и дерегулирования.

Разделы 8-9. Новые информационные технологии и СМИ.

Тема 1. Интерактивность, дигитализация и конвергенция как важнейшие процессы, характеризующие новые медиа.

Тема 2. Интернет - основа современной глобальной системы информации и коммуникации.

Тема 3. Новые информационные технологии и традиционные средства массовой информации: возможности слияния и проблемы взаимодействия.

Тема 4. Традиционные СМИ в Интернете. Новые подходы к представлению информации в сетях он-лайн.

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.*

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 7.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Количество экземпляров изданий в библиотеке ВлГУ в соответствии с ФГОС ВО	Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
1	2	3	4
<b>Основная литература</b>			
1. История зарубежной журналистики: 1929-2013. Учебно-методический комплект (учебник + хрестоматия) / Прутцков Г.В.; под редакцией Я.Н. Засурского, М.: Аспект Пресс	2013		<a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706895.html">www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706895.html</a>
2. Энциклопедия мировой индустрии СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Варгановой, М.: Аспект Пресс	2013		<a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706833.html">www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706833.html</a>
3. История зарубежной журналистики. Учебник для бакалавров / Быков А.Ю., Георгиева Е.С., Михайлов С.А., М.: Юрайт	2014		<a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785991632706.html">www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785991632706.html</a>
<b>Дополнительная литература</b>			
1. История отечественного и зарубежного телевидения: Учеб. пособие для вузов / Н. А. Голядкин. 3-е изд., испр. - М.: Аспект Пресс	2014		<a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707304.html">www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707304.html</a>
2. СМИ и политика: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. Л.Л. Реснянской. - М.: Аспект Пресс	2012		<a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756704556.html">www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756704556.html</a>
3. Основы медиабизнеса: Учебник для студентов вузов / Под ред. Е. Л.	2014		<a href="http://www.studentlibrary.ru/book/SBN">www.studentlibrary.ru/book/SBN</a>

## 7.2. Периодические издания

Вестник МГУ. серия 10, Журналистика

Журналист

## 7.3 Интернет-ресурсы

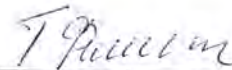
1. <http://www.iqlib.ru> - интернет-библиотека образовательных изданий, в которой собраны <http://www.iqlib.ru> -электронные учебники, справочные и учебные пособия. Удобный поиск по ключевым словам, отдельным темам и отраслям знания
2. [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru) - Электронная библиотечная система «Университетская библиотека- online», по тематике охватывает всю область гуманитарных знаний и предназначена для использования в процессе обучения в высшей школе, как студентами и преподавателями, так и специалистами-гуманитариями
- 3.<http://www.library.cjes.ru/> Библиотека Центра экстремальной журналистики - одна из крупнейших специализированных электронных библиотек по журналистике в Интернете.
4. <http://www.evartist.narod.ru/journ.htm> Библиотека по журналистике, рекламе и PR, а также ряду других сопутствующих теоретических и практических знаний.
- 5.<http://www.studentlibrary.ru> – ЭБС «Консультатнт студента», предназначена для использования при обучении в высшей школе как студентами, так и преподавателями.

## 8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Практические/лабораторные работы проводятся в 229 аудитории 3 корпуса. Количество студенческих мест – 50,оснащение: доска интерактивная SMART Board 685 (диагональ 87), презентационный проектор Epson «ЕВ-1860», экран Projecta настенный рулонный, документ-камера Eloam S600, акустическая система Samsung HW-J550/RU, персональный компьютер в составе: ThinkCentre M70e/keyb/mouse/L1900p19.Перечень используемого лицензионного программного обеспечения: средства Microsoft Office.

Рабочую программу составил ст. преподаватель Филиппова Т.Г.

(ФИО, подпись)



Рецензент

(представитель работодателя) директор ГТРК «Владимир» Филинов А.Н.

(ФИО, подпись)



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО

Протокол № 1 от 29.08.2019 года

Заведующий кафедрой Латышева Ж.В.

(ФИО, подпись)



Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии  
направления 42.03.02. Журналистика

Протокол № 1 от 11.09.2019 года

Председатель комиссии Латышева Ж.В.

(ФИО, подпись)



**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

в рабочую программу дисциплины

*НАИМЕНОВАНИЕ*

*образовательной программы направления подготовки код и наименование ОП, направленность:  
наименование (указать уровень подготовки)*

Номер изменения	Внесены изменения в части/разделы рабочей программы	Исполнитель ФИО	Основание (номер и дата протокола заседания кафедры)
1			
2			

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
*Подпись* *ФИО*