

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)

Гуманитарный институт

УТВЕРЖДАЮ



Е.М. Петровичева

06 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
СОВРЕМЕННЫЕ ЗАРУБЕЖНЫЕ СМИ**

направление подготовки: 42.03.02 Журналистика
профиль подготовки: Журналистика

г. Владимир
2021

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 обязательной части учебного плана по направлению 42.03.02 «Журналистика».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП(компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1.Знает структуру российских и зарубежных СМИ; стандарты профессиональной деятельности российских и зарубежных журналистов; основные российские и международные документы по журналистской этике; правовое регулирование российских и зарубежных СМИ. ОПК-5.2.Умеет ориентироваться в основных этапах и процессах развития отечественной и зарубежной журналистики, использовать знания в области социальных и гуманитарных наук в контексте своей	Знает структуру средств массовой информации зарубежных СМИ; стандарты профессиональной деятельности зарубежных журналистов; международно-правовое регулирование зарубежных СМИ Умеет ориентироваться в основных этапах и процессах развития зарубежной литературы и журналистики, использовать этот опыт в профессиональной деятельности	Тестовые вопросы Практико-ориентированные задания

	<p>профессиональной деятельности. ОПК-5.3. Владеет навыками применения знаний политических и экономических механизмов функционирования современных медиасистем, использования правовых и этических норм осуществления социальной миссии журналистики.</p>	<p>Владеет базовыми принципами формирования медиасистем, анализом особенностей национальных медиамodelей в сравнении с реалиями функционирования российских СМИ</p>	
<p>ПК-3 Способен анализировать большой объем информации, проверять ее достоверность, разграничивать факты и мнения.</p>	<p>ПК-3.1. Знает информационную повестку и информационную специализацию СМИ. ПК-3.2. Использует современную техническую базу и новейшие цифровые технологии, применяемые в медиасфере для решения профессиональных задач. ПК-3.3. Владеет навыками проверки, анализа, классификации и оценки больших объемов информации из доступных документальных источников.</p>	<p>Знает, как осуществлять общественную миссию журналистики, эффективно реализовывать функции СМИ</p> <p>Умеет понимать смысл свободы и социальной ответственности журналистики и журналиста и следовать этому в профессиональной деятельности</p> <p>Владеет 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>Тестовые вопросы Практико-ориентированные задания Сообщения</p>

4.ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа

Тематический план форма обучения – очная

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки		
1	Средства массовой информации в условиях глобализации	7	1-2	2	2		3	9	
2	Проблемы международно-правового регулирования деятельности средств массовой информации	7	3-4	2	2		4	9	
3	Средства массовой информации и политика	7	5-6	2	2		2	9	рейтинг-контроль №1
4	Экономика СМИ	7	7-8	2	2		2	9	
5	Национальные модели СМИ: сравнительный анализ	7	9-10	2	2		3	9	
6	Профессиональные аспекты деятельности в зарубежных СМИ	7	11-12	2	2		5	9	рейтинг-контроль №2
7	СМИ Великобритании как пример фрагментации аудитории медиарынка	7	13-14	2	2		2	9	
8	Современные СМИ США как пример глобализации прессы	7	15-16	2	2		2	9	
9	Новые информационные технологии и СМИ	7	17-18	2	2			9	рейтинг-контроль №3
Всего за 7 семестр:				18	18		23	81	Экзамен/27
Наличие в дисциплине КП/КР				-					
Итого по дисциплине				18	18		23	81	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. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

5.1. Текущий контроль успеваемости

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) Афтенпостен
 - б) Верденс Ганг
 - в) Дагбладет
5. Феномен Slow TV появился в:
- а) США
 - б) Греции
 - в) России
 - г) Норвегии
6. Газета «Юлландс 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). Вранс-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. Три 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.

5.2. Промежуточная аттестация

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, докудрамы, докумыла.
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.

5.3. Самостоятельная работа обучающегося

Самостоятельная работа студентов предполагает доклады на следующие темы:

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/общественно-правовое телевидение как западноевропейская модель и коммерческие телесети как американская модель.

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

Разделы 8-9. Новые информационные технологии и СМИ.

Тема1.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.

Контроль за выполнением самостоятельной работы студентов осуществляется в ходе практических занятий и рейтинг-контроля. Учебно-методическое обеспечение указано в пунктах 6.1.,6.2.и 6.3. данной рабочей программы.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ
		Наличие в электронном каталоге ЭБС
1	2	3
Основная литература		
1.История зарубежной журналистики: 1929-2013.Учебно-методический комплект(учебник+хрестоматия) / Прутков Г.В.; под редакцией Я.Н.Засурского, М.: Аспект Пресс	2013	www/studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706895.html
2.Энциклопедия мировой индустрии СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой, М.: Аспект Пресс	2019	https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756710595.htm
3.История зарубежной журналистики. Учебник для бакалавров / Быков А.Ю., Георгиева Е.С., Михайлов С.А., М.: Юрайт	2014	www/studentlibrary.ru/book/ISBN9785991632706.html
4. Кумылганова, И. А. Этические основы информационных коммуникаций:зарубежные подходы и традиции : Уч. комплект по курсу "Этика зарубежных СМИ" / Кумылганова И. А. - Москва : МГУ	2014	https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785211065116.html
Дополнительная литература		
Солопов, Д. 10 заповедей коммуникационной войны. Как победить СМИ, Instagram и Facebook / Солопов Д., Гладкова К. - Москва : Интеллектуальная Литература	2020	https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785907274679.html
1.История отечественного и зарубежного телевидения: Учеб. пособие для вузов / Н. А. Голядкин. 3-е изд., испр. - М.:Аспект Пресс	2014	www/studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707304.html
2.СМИ и политика: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. Л.Л. Реснянской. - М.: Аспект Пресс	2012	www/studentlibrary.ru/book/ISBN9785756704556.html
3.Основы медиабизнеса: Учебник для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой. - М.:Аспект Пресс	2014	Iwww/studentlibrary.ru/book/SBN9785756707243.html

6.2. Периодические издания

Вестник МГУ, серия 10, Журналистика

Журналист

6.3 Интернет-ресурсы

1. <http://www.iqlib.ru> - интернет-библиотека образовательных изданий

<http://www.iqlib.ru> -электронные учебники, справочные и учебные пособия. Удобный поиск по ключевым словам, отдельным темам и отраслям знания

2. 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

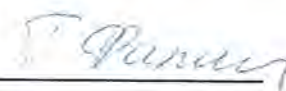
3. <http://www.library.cjes.ru/> Библиотека Центра экстремальной журналистики - одна из крупнейших специализированных электронных библиотек по журналистике в Интернете.


4. <http://www.eartist.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.

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ


Для реализации дисциплины имеется аудитория для проведения занятий лекционного, практического и лабораторного типа, оборудованная мультимедийными средствами, с установленными на них лицензионными программами: пакет Microsoft Office.

Рабочую программу составила ст. преподаватель Филиппова Т.Г. 

Рецензент: директор ГТРК «Владимир» Филинов А.Н. 


Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью

Протокол № 11 от 18.06.21 года

Заведующий кафедрой Латышева Ж.В. 

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

Протокол № 11 от 18.06.21 года

Председатель комиссии Латышева Ж.В. 

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на 2022/2023 учебный год

Протокол заседания кафедры № 1-1 от 21.06.22 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 _____