

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



УТВЕРЖДАЮ»

Проректор  
по образовательной деятельности

А.А.Панфилов

« 04 » 02 2015 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**СОВРЕМЕННЫЕ ЗАРУБЕЖНЫЕ СМИ**

Направление подготовки: 42.03.04 Телевидение

Профиль подготовки

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

Семестр	Трудоем- кость зач. ед, час.	Лек- ций, час.	Практич. занятий, час.	Лаборат. работ, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
5	3 з.е., 108 ч	18	18	-	72	Зачет с оценкой
Итого	3 з.е., 108 ч	18	18	-	72	Зачет с оценкой

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель курса: ознакомить студентов с характерными особенностями функционирования современных систем СМИ, информационных технологий и спецификой журналистского труда в зарубежных странах.

Задачи курса:

- исследование характерных черт, а также сходств и различий в системах средств массовой информации зарубежных стран;
- поиск, чтение и анализ материалов, опубликованных (вышедших в эфир) в СМИ зарубежных стран;
- раскрытие особенностей журналистского мастерства на примере творчества крупнейших зарубежных журналистов и в пределах основных жанров;
- анализ функционирования журналистики в системе демократических институтов, ее роли в общественно-политической жизни зарубежных стран.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Современные зарубежные СМИ» относится к вариативной части учебного плана ОПОП ВО направления «Телевидение, и призвана познакомить студентов с системой функционирования СМИ. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, формируются в процессе изучения следующих дисциплин: «История зарубежной журналистики», «Новостная журналистика», «Теория и практика современной тележурналистики»

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

**Знать** : как применять знания специфики, истории и перспектив развития телевидения как одного из средств современной коммуникации и как особого вида искусства в широком гуманитарном и культурном контексте, особенностей и специфики тележурналистики (новостной, проблемно-аналитической, расследовательской, художественно-публицистической) (ОПК-1);

**Уметь**: понимать социальную роль телевидения, механизмов его влияния на общественное сознание, принципов функционирования средств массовой информации в современном мире, свободы и социальной ответственности телевидения и других средств массовой информации, содержания и современного состояния института свободы слова и печати и смежных свобод (ОПК-2);

**Владеть**: способностью понимать социальную роль телевидения, механизмов его влияния

на общественное сознание, принципов функционирования средств массовой информации в современном мире, свободы и социальной ответственности телевидения и других средств массовой информации, содержания и современного состояния института свободы слова и печати и смежных свобод (ОПК-2).

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часов).

№ п/п	Раздел 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 (по неделям семестра) , форма промежуточн. аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контр. работы	СРС	КП / КР			
1.	Средства массовой информации в условиях глобализации	5	1-2	2	2			10		2/50%		
2.	Проблемы международно-правового законодательного регулирования деятельности средств массовой информации	5	3-4	2	2			9		2/50%		
3	Средства массовой информации и политика	5	5-6	2	2			10		2/50%	Рейтинг-контроль 1	
4.	Экономика средств массовой информации	5	7-8	2	2			11		2/50%		
5.	Системы средств массовой информации в развитых странах	5	9-10	2	2			8		2/50%		
6.	Журналистика Великобритании	5	11-12	2	2			5		2/50%	Рейтинг-контроль 2	
7.	СМИ современной Франции и Германии	5	13-14	2	2			6		2/50%		

8.	Современные СМИ США	5	15-16	2	2			8		2/50%	Рейтинг-контроль3
9.	Новые информационные технологии и СМИ	5	17-18	2	2			5		2/50%	
	ВСЕГО		18	18	18			72		18/50%	Зачет с оценкой

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Дисциплина «Современные зарубежные СМИ» представляет сочетание лекционного курса, практических занятий и самостоятельной работы студентов. Используются активные формы обучения:

1.**Лекция-беседа** (диалог с аудиторией) предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. Она позволяет привлекать внимание студентов к наиболее важным вопросам темы, требует постоянного умственного напряжения, мыслительной активности.

2.**Коллективная лекция.** Студенты готовят выступление по одной из тем, при этом используется анализ не только прочитанной литературы, но и собственные наблюдения. Далее следует публичное выступление и обсуждение, вопросы и ответы на вопросы.

3.**Метод «мозгового штурма».** В результате генерирования различных идей и их конструктивной проработки студенческий коллектив предлагает варианты решения ситуации.

4.**Проблемная ситуация.** Новое знание вводится через проблемный вопрос, задачу или ситуацию. Проблем познания проходит через исследовательскую деятельность.

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

### Вопросы для первого рейтинг-контроля

В приведенных ниже заданиях необходимо выбрать один или несколько верных ответов из множества, выстроить последовательность.

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 «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

### Вопросы для второго рейтинг-контроля

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

### **Вопросы для третьего рейтинг-контроля**

СМИ США:

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 зачету с оценкой по курсу**

#### **«Современные зарубежные СМИ»**

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.

### **Примерный перечень контрольных вопросов и заданий к СРС**

#### Тема 1. СМИ в условиях глобализации

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

#### Тема 2. Проблемы международно-правового законодательного регулирования деятельности СМИ

1. Законодательство о средствах массовой информации в странах Западной Европы, США и России: сравнительный анализ.
2. Принципы и формы взаимодействия средств массовой информации с тремя ветвями власти в западных демократиях.
3. Проблема регулирования деятельности средств массовой информации международными организациями.
4. Саморегулирование в СМИ. Этические нормы журналистики западных стран. Профессиональные этические кодексы журналистов .

#### Темы 2-3 Экономика и политика СМИ

1. Средства массовой информации в условиях глобализации рыночной экономики.
2. Концентрация СМИ: вертикальная, горизонтальная, перекрестная. Транснациональные корпорации средств массовой информации и их место в современной экономике развитых стран.
3. Антимонопольное законодательство. Экономическая политика западных государств в средствах массовой информации.

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

Тема 4-5. Системы СМИ в развитых странах. Журналистика Великобритании, Германии, Франции, США.

1. Средства массовой информации как система.
2. Функционирование моделей СМИ в различных странах Западной Европы и США.
3. Глобализация информационной деятельности.
4. Трансформация системы зарубежных средств массовой информации в условиях демонополизации и дерегулирования.

Тема 6-7. Типология зарубежных СМИ

1. Типология периодической печати. Качественные, массовые и качественно-массовые газеты, их специфика. Особенности рынка зарубежных журналов. 2. Аудиовизуальные СМИ. Две модели национального вещания: общественное/общественноправовое телевидение как западноевропейская модель и коммерческие телесети как американская модель.

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

Тема 8-9. Новые информационные технологии и СМИ.

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

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

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

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

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ - ЛИТЕРАТУРА ПО КУРСУ**

### **Основная литература:**

1. История зарубежной журналистики: 1929-2013. Учебно-методический комплект (учебник+хрестоматия) / Прутцков Г.В.; под редакцией Я.Н.Засурского, 2-е изд., испр. и доп. М.: 2013. Аспект Пресс, 423 с., ISBN 978-5-7567-0689-5

2. Основы медиабизнеса: Учебник для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой. - М.: "Аспект Пресс", 2014. 400 с., ISBN 978-5-7567-0724-3.

3. Энциклопедия мировой индустрии СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2013. 464 с., ISBN 978-5-7567-0683-3.

4.История зарубежной журналистики. Учебник для бакалавров / Быков А.Ю., Георгиева Е.С., Михайлов С.А., М.: Юрайт, 2014. 366 с., ISBN 978-5-9916-3270-6

#### **Дополнительная литература:**

1.История отечественного и зарубежного телевидения: Учеб. пособие для вузов / Н. А. Голядкин. 3-е изд., испр. - М.: "Аспект Пресс", 2014. 191 с., ISBN 978-5-7567-0730-4.

2.Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: Учеб. пособие для студентов вузов. -2-е изд., перераб. и доп. / Г. П. Бакулев. - М.: Аспект Пресс, 2010. 192 с., ISBN 978-5-7567-0564-5.

3.СМИ и политика: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. Л.Л. Реснянской. - М.: Аспект Пресс, 2012. 256 с., ISBN 978-5-7567-0455-6.

4.Медиакратия: Современные теории и практики / Под редакцией Пую А.С., Бодруновой С.С. - Спб.: Изд-во С-П университета, 2012. 352 с., ISBN 978-5-288-05407-5

#### **Интернет-ресурсы:**

1. <http://www.iqlib.ru> - Интернет-библиотека образовательных изданий, в которой собраны 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. [4 http://www.evartist.narod.ru/journ.htm](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**

Учебная аудитория 229, 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

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 42.03.04 «Телевидение»

Рабочую программу составила доцент кафедры ЖРСО Филиппова Т.Г. Т. Филиппова

Рецензент Директор ГТРК «Владимир» Филинов А.Н. А.Н. Филинов

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры

Протокол № 6 от 04.02.15 года

.заведующая кафедрой С.А. Говердовская-Привезенцева (Говердовская-Привезенцева С.А.)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 42.03.04 «Телевидение»

Протокол № 6 от 04.02.15 года

Председатель комиссии С.А. Говердовская-Привезенцева (Говердовская-Привезенцева С.А.)