

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Курганский государственный университет»
(КГУ)

Кафедра «Журналистика и массовые коммуникации»



УТВЕРЖДАЮ:

Ректор

Н.В. Дубив

2020 г.

Рабочая программа учебной дисциплины

«Современные зарубежные СМИ»

образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата

42.03.02 – Журналистика

Направленность (профиль): Журналистика

Формы обучения: очно-заочная, заочная форма обучения

Курган 2020

1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Всего: 3 зачетные единицы трудоемкости (108 академических часа)

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
		7
Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов	24	24
в том числе:		
Лекции	16	16
Практические занятия	8	8
Самостоятельная работа, всего часов	84	84
в том числе:		
Подготовка к экзамену	27	27
Другие виды самостоятельной работы	57	57
Вид промежуточной аттестации	Экз.	Экз.
Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов	108	108

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
		7
Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов	8	8
в том числе:		
Лекции	4	4
Практические занятия	4	4
Самостоятельная работа, всего часов	100	100
в том числе:		
Подготовка к экзамену	27	27
Подготовка к контрольной работе	18	18
Другие виды самостоятельной работы	55	55
Вид промежуточной аттестации	Экз.	Экз.
Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов	108	108

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ

В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Курс «Современные зарубежные СМИ» входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений блока Б1.

Требования к «входным» знаниям, умениям и компетенциям обучающегося необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих таких как «Основы журналистской деятельности», «Теория журналистики», «История зарубежной журналистики»:

Знать: специфику журналистской профессии, основные этапы и тенденции развития мировой журналистики, быть осведомленным об организации и практике функционирования наиболее крупных национальных медиасистем, важнейших профессиональных стандартах редакционной работы;

Уметь: уверенно ориентироваться в информационной среде, анализировать опыт зарубежной журналистики, ориентироваться на ее лучшие образцы, применять полученные знания в своей журналистской работе.

Владеть: навыками учебной работы в различных формах (на лекциях, семинарах, в ходе лабораторно-практических занятий и т.п.).

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Цели дисциплины - анализ современного состояния систем и моделей средств массовой информации в зарубежных странах, прежде всего в наиболее развитых в сфере информационных технологий и СМИ; рассмотрение национальных моделей СМИ и профессиональных особенностей деятельности зарубежных журналистов; изучение важнейших факторов, влияющих на развитие СМИ в современных условиях.

Задачи дисциплины – дать представление об основных тенденциях развития современных зарубежных СМИ, о каналах финансирования этой сферы, о методах внедрения новых информационных технологий, о связях СМИ с государственными и общественными институтами, о современном праве СМИ, о современных зарубежных теориях СМИ.

Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: основные этапы и тенденции развития современных зарубежных СМИ, особенности функционирования журналистики в странах Европы и США, методы организации крупных национальных медиасистем, а также инновации, применяемые в их практике (УК-5);

Уметь: анализировать опыт зарубежной журналистики, ориентироваться в основных этапах и процессах развития зарубежной литературы и журналистики, использовать этот опыт в профессиональной деятельности (УК-5);

Владеть: способностью выбирать актуальные темы, проблемы для публикаций, владеть методами сбора информации, ее проверки и анализа (УК-5).

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Учебно-тематический план

Очно-заочная форма

Рубеж	Номер раздела, темы	Наименование раздела, Темы	Количество часов контактной работы с преподавателем	
			Лекции	Практические занятия
Рубеж 1	P1	Средства массовой информации в информационном обществе: опыт передовых стран.	2	2
	P2	Экономика средств массовой информации	2	
	P3	Регулирование деятельности средств массовой информации	2	1
	P4	Средства массовой информации и основные институты демократического общества	2	
	Рубежный контроль № 1			
Рубеж 2	P5	Национальные системы средств массовой информации: сравнительный анализ	2	3
	P6	Новые информационные технологии и СМИ	2	
	P7	Формы, методы и приемы информационного воздействия на аудиторию	2	
	P8	Современные зарубежные теории средств массовой информации	2	
	Рубежный контроль № 2			
Всего:			16	8

Заочная форма

Номер раздела, темы	Наименование раздела, Темы	Количество часов контактной работы с преподавателем	
		Лекции	Практические занятия
P1	Средства массовой информации в информационном обществе: опыт передовых стран.	2	2
P2	Экономика средств массовой информации	-	-

P3	Регулирование деятельности средств массовой информации	-	-
P4	Средства массовой информации и основные институты демократического общества	-	-
P5	Национальные системы средств массовой информации: сравнительный анализ	-	--
P6	Новые информационные технологии и СМИ	-	-
P7	Формы, методы и приемы информационного воздействия на аудиторию	-	-
P8	Современные зарубежные теории средств массовой информации	2'	2
Всего:		4	4

4.2. Содержание лекционных занятий

Тема 1. Средства массовой информации в информационном обществе: опыт передовых стран. Информация как определяющий фактор современного развития. Информационные ресурсы и важнейшие каналы их распространения. Информационное общество: современные концепции, определения, реальность. Периодизация развития информационного общества: от оцифровки текста к Интернету и интернетизации СМИ, от Интернет-версий к дуализму выпуска СМИ – в традиционных средах: бумажной, голосовой и аудиовизуальной и в цифровом виде, от электронного общества к мобильному. Новые информационные технологии и традиционные СМИ. СМИ в условиях перехода развитых стран к информационному обществу. Воздействие факторов глобального и национального характера на становление информационного общества. Сетевой принцип как основа структурных сдвигов современной экономики. Интерактивность, дигитализация и конвергенция как важнейшие процессы, характеризующие деятельность новых медиа. Цифровое содержание и услуги – важнейшая особенность информационной экономики. Проблемы информационного неравенства. Изменения форм и методов работы журналиста в сфере виртуальных СМИ. Национальные модели информационного общества. Доступ к СМИ – новое право человека в информационном обществе. Глобализация СМИ и современные международные отношения. Массовая культура в процессах глобализации информационной деятельности. Современные формы адаптации национальных культур и национальных СМИ к процессам глобализации. Характер современной международной информационной пропаганды, ее особенности.

Тема 2. Экономика средств массовой информации. Рынок СМИ. Рыночная конкуренция и проблемы плюрализма СМИ. Основы экономики современного зарубежного информационного производства. Важнейшие каналы финансирования СМИ. Реклама как основной источник доходов средств массовой информации. Особенности рекламы в зарубежных СМИ. Основные статьи доходов и расходов информационного производства. Проблемы собственности в СМИ. Основные формы собственности (частная, кооперативная, общественная) и их воздействие на содержание СМИ. Концентрация СМИ: вертикальная, горизонтальная, перекрестная. Плюсы и минусы процесса концентрации. Антимонопольное законодательство. Экономическая политика развитых государств в СМИ. СМИ в условиях глобализации рыночной экономики. Транснациональные корпорации СМИ и их место в современной экономике развитых стран.

Интернационализация капитала как важнейшая особенность современного процесса концентрации СМИ. Новейшие слияния и кризисные явления в сфере информационного бизнеса. Развитие индустрии свободного времени в условиях прогресса информационных и коммуникационных технологий. Влияние процесса конвергенции СМИ на медиаэкономику.

Тема 3. Регулирование деятельности средств массовой информации. Законодательство о СМИ: общие принципы, особенности в отдельных странах. Формы государственного регулирования в сфере СМИ. Государственные дотации как форма сохранения и стабильности учреждений в сфере СМИ, в которых нуждается гражданское общество. Государственный контроль аудиовизуальной сферы. Экономическая политика государства в сфере печатных СМИ как форма сохранения плюрализма СМИ. Особенности национального законодательства, касающегося средств массовой информации, в западноевропейских странах и США. Принципы и формы взаимодействия СМИ с тремя ветвями власти в западных демократиях. Методы административного воздействия на журналистику. Проблема доступа журналистов к официальной информации и формы регулирования информационного потока в интересах власти. СМИ и судебная власть государства. Формы взаимодействия правительств со СМИ: пресс-конференции, брифинги, утечка информации. Проблемы законодательного регулирования деятельности СМИ международными организациями. Важнейшие международно-правовые документы, касающиеся СМИ. Вопросы деятельности СМИ в Европейской конвенции о правах человека и в законодательстве Европейского Сообщества. СМИ в объединяющейся Европе: обновление законодательства на межнациональном уровне. Проблемы доступа к информации в различных странах. Важнейшие национальные законодательные акты, регулирующие доступ к информации. Противоречия в отношении к открытости СМИ стран-членов Европейского Союза. Саморегулирование в СМИ. Этические нормы журналистики западных стран. Профессиональные и этические кодексы журналистов. Деятельность Советов по печати как форма внутреннего контроля в зарубежной журналистике. Терроризм и СМИ. Проблемы фундаментализма, фанатизма и других форм нетерпимости. Толерантность, свобода слова, свобода мнений и свобода печати в условиях борьбы с терроризмом.

Тема 4. Средства массовой информации и основные институты демократического общества. Политические партии и журналистика. Экономические и социальные причины кризиса системы партийной печати в развитых западноевропейских странах. Современные формы воздействия партий на журналистику. Роль СМИ в основных социально-политических процессах. Церковь и СМИ. Церковная и клерикальная журналистика. Освещение жизни церкви в общеполитических СМИ. Средства массовой информации и политика. СМИ и межнациональные конфликты. Журналисты в «горячих точках». СМИ в международных отношениях. Роль СМИ в общественных процессах. Концепция «четвертой власти». Соотношение свободы СМИ и контроля над ними в современных западных обществах. Средства массовой информации и выборы. Государственное регулирование освещения избирательных кампаний и деятельность журналистов во время кампаний и выборов. Особенности деятельности различных СМИ в период избирательных кампаний.

Тема 5. Национальные системы средств массовой информации: сравнительный анализ. Средства массовой информации как система. Понятие модели СМИ: общие характеристики и национальные особенности. Функционирование моделей СМИ в различных странах, взаимовлияние и взаимозависимость. Типология периодической печати. Качественные, массовые и качественно-массовые газеты, их специфика. Место деловых изданий в современной периодической печати. Рекламные бесплатные газеты. Особенности рынка зарубежных журналов. Специализированные журналы в системе СМИ. Аудиовизуальные СМИ. Две модели национального вещания: общественное и общественно-правовое телевидение как

западноевропейская модель и коммерческие телесети как американская модель. Основные способы технической доставки телевизионного сигнала зрителю (наземные сети, кабельные сети, спутники) и их влияние на программную политику телеканалов. Перспективы развития цифрового телевидения. Радио: типология зарубежного радиовещания. Трансформация систем общенационального радиовещания в условиях демонополизации и дерегулирования. Местное радиовещание. Перспективы создания цифрового радио. Кино как средство массовой коммуникации. Роль Интернета в интеграции и конвергенции системы СМИ. Экономическая информация как новый фактор развития системы информационных агентств Пресс-синдикаты: национальный уровень. Рекламные агентства: основные типы предприятий в сфере рекламного бизнеса. Глобализация рекламной деятельности. Паблик рилейшнз. Политическая реклама в СМИ и ее воздействие на аудиторию. Политический маркетинг: сравнительный анализ западноевропейской и американской практики.

Тема 6. Новые информационные технологии и СМИ. 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. Проблемы финансирования и законодательного регулирования деятельности Интернета. Новые информационные технологии и традиционные СМИ: возможности слияния и проблемы взаимодействия. Новые информационные технологии и структурные изменения глобальных информационных технологий: возникновение дисбаланса на национальном и глобальном уровнях. Традиционные СМИ в Интернете. Преимущества виртуальных СМИ над традиционными. Новые подходы к представлению информации в онлайн-сетях. Изменения методов и форм работы журналиста виртуальных СМИ. Новая журналистика.

Тема 7. Формы, методы и приемы информационного воздействия на аудиторию. 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. Критерии информационной деятельности в зарубежной журналистике. Концепции объективной информации. Границы объективности. Проблема стереотипизации в зарубежных СМИ. Видеоряд в технике информационного воздействия. Массовая культура в процессе глобализации СМИ. Новые профессиональные требования, предъявляемые развитием информационных и коммуникационных технологий к журналистам. Интернет и профессия журналиста. Языковые и семантические аспекты воздействия СМИ на аудиторию. Слова-прикрытия. Коннотации. Виды и методы аргументации.

Тема 8. Современные зарубежные теории средств массовой информации. Зарубежные теории печати и других СМИ. Возникновение, развитие и современное состояние основных концепций (авторитарной, свободы печати, социальной ответственности журналистики). Общественная сфера в работах Ю.Хабермаса: роль концепции в становлении демократических СМИ в постсоциалистических странах. Воздействие философии постмодернизма и теории информационного общества на современные теории средств массовой информации. Современные теоретические концепции европейских и североамериканских ученых.

4.3. Практические занятия Очно-заочная форма

Шифр раздела,	Наименование	Наименование и содержание практического занятия	Трудое
---------------	--------------	---	--------

темы дисциплины	раздела, темы дисциплины		мкость, часы
P1	Средства массовой информации в информационном обществе: опыт передовых стран.	Занятие 1. Современная пресса США: жанровое и проблемно-тематическое разнообразие. 1. Тематика публикаций американских СМИ 2. Особенности стилевого и жанрового многообразия в американской прессе.	2
P3	Регулирование деятельности средств массовой информации	Занятие 2. Новостные телесети Запада: структурирование мирового информационного рынка. 1. Крупнейшие новостные телесети (CNN, BBC, Euronews, и др.). Краткая характеристика, специфика функционирования. 2 Проблема конкуренции и разделения рынка по регионам.	1
		Рубежный контроль № 1 - презентация	1
P5	Национальные системы средств массовой информации: сравнительный анализ	Занятие 3-4 Жанр сериала в современных зарубежных СМИ. 1. История жанра. 2. Типы сериалов (литературные, радиосериалы, телесериалы), специфика. 3. Удобство сериалов для рекламодателей. Связь типа рекламы с целевой аудиторией сериала.	3
		Рубежный контроль № 2 – создание и защита портфолио	1
		Итого:	8

Заочная форма

Шифр раздела, темы дисциплины	Наименование раздела, темы дисциплины	Наименование и содержание практического занятия	Трудосмкость, часы
P1	Средства массовой информации в информационном обществе: опыт передовых стран.	Занятие 1. Современная пресса США: жанровое и проблемно-тематическое разнообразие. 1. Тематика публикаций американских СМИ 2. Особенности стилевого и жанрового многообразия в американской прессе.	2

Р8	Современные зарубежные теории средств массовой информации	Занятие 2. Зарубежные теории печати и других СМИ. Возникновение, развитие и современное состояние основных концепций (авторитарной, свободы печати, социальной ответственности журналистики). Общественная сфера в работах Ю.Хабермаса: роль концепции в становлении демократических СМИ в постсоциалистических странах. Воздействие философии постмодернизма и теории информационного общества на современные теории средств массовой информации. Современные теоретические концепции европейских и североамериканских ученых.	2
Итого:			4

4.4. КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

Контрольная работа для ЗФО проводится с целью проверки умения анализировать проблемы и тенденции современной зарубежной журналистики. Подготовка к выполнению контрольной работы предполагает знакомство с современными исследованиями в области зарубежных СМИ, их осмысления в соответствии с темой. В контрольной работе не допускается простой пересказ содержания текстов. Предлагаемые вопросы в основном носят проблемный характер и требуют аналитического подхода. Требования в оформлении: компьютерный набор, 14 шрифт, полуторный межстрочный интервал; объем – 15-20 страниц.

Примерная тематика контрольных работ:

Тема 1. Жанр сериала в современных зарубежных СМИ

1. История жанра.
 2. Типы сериалов (литературные, радиосериалы, телесериалы), специфика.
 3. Удобство сериалов для рекламодателей.
- Связь типа рекламы с целевой аудиторией сериала.

Рекомендуемая литература

1. Средства массовой информации в Британии. М., 2002.
2. Беглов С. Монополии слова. М., 1973.
3. Пустовапов А. Журналистика раннего У. М. Теккеря: автор и маски // // <http://psujourn.narod.rWlib\thackeray.htm>.
4. Скрипниченко А. Телесериал или книга: возможен ли компромисс? // http://www.relga.rsu.ru/n15/tv15_2.htm#0.

Тема 2. Журналистское расследование в западной прессе

1. Необходимость журналистских расследований.
2. Расследования как жанр и как метод сбора информации. Специфика деятельности журналиста, техника.
3. Основные темы и проблемы: криминал, власть, экономические злоупотребления и др.

Рекомендуемая литература

1. Уллмен Дж. Журналистские расследования: современные методы и техника. М., 1999 (<http://npi.iip.net/foijour/library7rassled/index.him>).

2. Журналистское расследование. М., 1999 (<http://www.gdf.ru/books/books/jr/index.htm>).
3. Берлин М. Краткое руководство по проведению журналистского расследования. М., 2000 (<http://npi.iip.net/forjour/library/invest/index.htm>).

Тема 3. "Женская пресса" во Франции (Elle, Marie-Claire, Prima, Vogue и др.)

1. Основные темы и проблемы (быт, воспитание детей, гигиена, кухня и др.).
2. "Пресса сердца": специфика явления.

Рекомендуемая литература

1. Амель С. Обманутые сердца // За рубежом. 1963. 16 марта.
2. Пую А. С. Журналистика Франции. Плюрализм и этатизм. СПб., 2003.
3. Соколов В. С. Периодическая печать Франции. СПб., 1996.

Тема 4. Современная пресса США: жанровое и проблемно-тематическое разнообразие

1. Тематика публикаций американских СМИ.
2. Особенности стилевого и жанрового многообразия в американской прессе.

Рекомендуемая литература

1. Михайлов С. А. Журналистика Соединенных Штатов Америки. СПб., 2004.
2. Конперуд Р., Нельсон Р. П. Как преподносить новости. М., 2000 (<http://npi.iip.net/forjour/library/book4/index.htm>).

3. СМИ США // Вести. Моек, ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2000, 2001, 2002, 2003. № 5. Зарубежная журналистика.

Тема 5. CNN - крупнейший телеканал мировых новостей

1. История возникновения.
2. Специфика деятельности.
3. Конкуренты на сегодняшний день (BBC, Euronews, и др.).

Рекомендуемая литература

1. Вачнадзе Г. Всемирное телевидение. Новые средства массовой информации, их аудитория, техника, бизнес, политика. Тбилиси, 1989.
2. Засурский Я. Н. Колонка редактора. Глобальное информационное пространство: новые границы // Вестн. Моек, ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2002. № 5. Зарубежная Журналистика.
3. Михайлов С. А. Современная зарубежная журналистика: состояние, перспективы. СПб., 1998.
4. Орлова В. В. Конкуренция глобальных телесетей новостей на информационном рынке // Вестн. Моск, ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2002. № 6. Зарубежная Журналистика.

Тема 6. Новостные телесети Запада: структурирование мирового информационного рынка

1. Крупнейшие новостные телесети (CNN, BBC, Euronews, и др.). Краткая характеристика, специфика функционирования.
- 2 Проблема конкуренции и разделения рынка по регионам.

Рекомендуемая литература

1. Орлова В. В. Конкуренция глобальных телесетей новостей на информационном рынке // Вестн. Моск, ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2002. № 6. Зарубежная Журналистика.
2. Засурский Я. Н. Колонка редактора. Глобальное информационное пространство: новые границы // Вести. Моек, ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2002. № 5. Зарубежная Журналистика.

Тема 7. Использование компьютерных и информационных технологий в практике современного журналиста

1. Новые технологии в процессе сбора и обработки информации (цифровые камеры, сканеры, компьютеры, поиск в Интернете и базах данных и т.д.).
2. Новые технологии в доставке и представлении информации (электронная почта, ленты новостей, специализированные Интернет-ресурсы и др.).

Рекомендуемая литература

1. Орлова В. В. Конкуренция глобальных телесетей новостей на информационном рынке // Вестн. Моек, ун-та. Сер. 10. Журналистика. 23 2002. № 6. Зарубежная журналистика.
2. Павликова М. М. Сколько лет "новой журналистике"? // Вести. Моек, ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2002. № 5.
3. Рэддик Р., Кинг Э. Журналистика в стиле онлайн: использование Internet и других электронных ресурсов /Под ред. Е. П. Воронина. М., 1999.
4. Селюкова Г.Ф. Конвергенция компьютерных и телевизионных технологий: новые возможности телевидения в США. М., 1999.

Тема 8. Скандинавская модель СМИ: северный феномен

1. Уникальность Севера Европы: интенсивность темпов развития новых СМИ, стабильность традиционных СМИ, высокая насыщенность медиарынка и т.д.
2. Тенденции развития прессы.
3. Тенденции развития аудиовизуальных СМИ.
4. Интернетизация.

Рекомендуемая литература

1. Варганова Е. Л. Северная модель в конце столетия: Печать, ТВ и радио стран Северной Европы между государственным и рыночным регулированием. М.: Изд-во МГУ, 1997.
2. Варганова Е. Л. СМИ стран Северной Европы в начале 2000-х годов: реструктуризация рынка прессы // Вести. Моек, ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2002. № 5.

Тема 9. Информационный комплекс Финляндии

1. Основные периодические издания (иерархия, тираж, концепция, издатели).
2. Система аудиовизуальных СМИ теле- и радиоконпании, крупнейшие национальные каналы, владельцы и формы собственности.
3. Основные предприятия инфраструктуры СМИ: информационные агентства, ленты новостей в Интернете и т. д.

Рекомендуемая литература

1. Варганова Е. Финская модель на рубеже столетий: информационное общество и СМИ Финляндии в европейской 24 перспективе. М, 1999.
2. Павликова М Сетевые технологии и журналистика: эволюция финских СМИ. М., 2001.
3. СМИ Финляндии в Интернете: <http://www.kidon.com/media-link/finland.shtml>

Тема 10. Информационный комплекс Норвегии

1. Основные периодические издания (иерархия, тираж, концепция, издатели).
2. Система аудиовизуальных СМИ: теле- и радиоконпании, крупнейшие национальные каналы, владельцы и формы собственности.
2. Основные предприятия инфраструктуры СМИ: информационные агентства, ленты новостей в Интернете и т.д.

Рекомендуемая литература

1. Варганова Е. Л. Северная модель в конце столетия: печать, ТВ и радио стран Северной Европы между государственным и рыночным регулированием. М.: Изд-во МГУ, 1997.

2. Михайлов С. А., Теплякова С. А. Периодическая печать Норвегии. СПб., 2001.
3. СМИ Норвегии в Интернете: <http://www.kidon.com/medialink/norway.shtml>.

Тема 11. Информационный комплекс Франции

1. Основные периодические издания (иерархия, тираж, концепция, издатели).
2. Система аудиовизуальных СМИ: теле- и радиоконпании, крупнейшие национальные каналы, владельцы и формы собственности.
3. Основные предприятия инфраструктуры СМИ: информационные агентства, ленты новостей в Интернете и т. д.

Рекомендуемая литература

1. Соколов В. С. Периодическая печать Франции. СПб., 1996.
2. Шарончикова Л. В. Печать Франции. М., 1995.
3. Пую А.С. Журналистика Франции. Плюрализм и этатизм. СПб., 2003.
4. СМИ Франции // Вестник МГУ. Сер. 10 Журналистика. №5.2000, 2001, 2002, 2003.

Тема 12. Информационный комплекс США

- 1 Основные периодические издания (иерархия, тираж, концепция, издатели).
2. Система аудиовизуальных СМИ: теле- и радиоконпании, крупнейшие национальные каналы, владельцы и формы собственности.
3. Основные предприятия инфраструктуры СМИ: информационные агентства, ленты новостей в Интернете и т.д.

Рекомендуемая литература

1. Михайлов С.А. Журналистика Соединенных Штатов Америки. СПб., 2004.
2. СМИ США // Вестник МГУ. Сер. 10 Журналистика. №5. 1999, 2000, 2001, 2002, 2003.

Тема 13. Информационный комплекс Германии

1. Типология печатной прессы: национальные и региональные, качественные и бульварные (массовые) издания. Основные периодические издания (иерархия, тираж, издатели).
2. Система аудиовизуальных СМИ: теле- и радиоконпании, крупнейшие национальные каналы, владельцы и формы собственности.
3. Основные предприятия инфраструктуры СМИ: информационные агентства, ленты новостей в Интернете и т.д.

Рекомендуемая литература

1. Вороненкова Г. Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листа до информационного общества. Национальное своеобразие СМИ Германии. М. 1999.
2. Вороненкова Г. Ф., Чесаное А. А. Периодическая печать Германии. СПб., 2001.
3. Вороненкова Г. Ф. СМИ Германии на рубеже столетий // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2001. № 5. Зарубежная журналистика.

Тема 14. Электронные СМИ Великобритании

1. Система аудиовизуальных СМИ: — радиоконпании: частные и общественные, — телевидение: 1) общественное и частное; 2) эфирное, кабельное и спутниковое.
2. Основные предприятия инфраструктуры СМИ: информационные агентства (Reuters, PressAssociation, ExchangeTelegraph-Extel) и их специализация.

Рекомендуемая литература

1. Любимов Б. И. Семьдесят лет британского вещания. Краткая история радиовещания и телевидения Великобритании. М., 1995.

2. СМИ Великобритании // Вестник МГУ. Сер. 10 Журналистика. №5. 1999, 2000, 2001, 2002, 2003.
3. Ворошилов В. В. История журналистики зарубежных стран: Конспект лекций. СПб., 2000.

Тема 15. Печатные СМИ Великобритании

1. Англия как "классическая страна прессы". Вертикальная модель прессы, разделение на качественные и массовые издания.

2. Крупнейшие национальные ежедневные и воскресные издания: иерархия, тираж, издатели.

Рекомендуемая литература

1. Беглов С. Империя меняет адрес. М., 1997.

2. СМИ Великобритании//Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. №5. 1999, 2000, 2001, 2002, 2003.

3. Ворошилов В. В. История журналистики зарубежных стран: Конспект лекций. СПб., 2000.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Современные зарубежные СМИ» изучается в течение одного семестра. Включает лекционные и практические занятия в сочетании с самостоятельной работой. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

При прослушивании лекций рекомендуется в конспекте отмечать все важные моменты, на которых заостряет внимание преподаватель, в частности те, которые направлены на качественное выполнение практических заданий.

Преподавателем запланировано использование при чтении лекций технологии учебной дискуссии. Поэтому рекомендуется фиксировать для себя интересные моменты с целью их активного обсуждения на дискуссии в конце лекции.

Залогом качественной работы на практических занятиях является самостоятельная подготовка к ним накануне путем повторения материалов лекций, конспектирования проработанного учебного материала, изучения основной и дополнительной литературы. Рекомендуется подготовить вопросы по неясным моментам и обсудить их с преподавателем в начале занятия.

Преподавателем запланировано применение на практических занятиях технологий развивающейся кооперации, коллективного взаимодействия, разбора конкретных ситуаций. Поэтому приветствуется групповой метод выполнения практических заданий и защиты отчетов, а также взаимооценка и обсуждение результатов их выполнения.

Для текущего контроля успеваемости по очно-заочной форме обучения преподавателем используется балльно-рейтинговая система контроля и оценки академической активности. Поэтому настоятельно рекомендуется тщательно прорабатывать материал дисциплины при самостоятельной работе, участвовать во всех формах обсуждения и взаимодействия, как на лекциях, так и на практических занятиях в целях лучшего освоения материала и получения высокой оценки по результатам освоения дисциплины.

Выполнение самостоятельной работы подразумевает углубленное изучение разделов, тем дисциплины лекционного курса, подготовку к практическим занятиям, к рубежным контролям (по очно-заочной форме) подготовку к экзамену; выполнение контрольной работы (заочная форма).

Рекомендуемая трудоемкость самостоятельной работы представлена в таблице:

**Рекомендуемый режим самостоятельной работы
Очно-заочная форма**

Наименование вида самостоятельной работы	Рекомендуемая трудоемкость, акад. час.
Углубленное изучение разделов, тем дисциплины лекционного курса:	20
Средства массовой информации в информационном обществе: опыт передовых стран (10 часов).	10
Современные зарубежные теории средств массовой информации (10 часов).	10
Подготовка к практическим занятиям (по 2 ч. на занятие)	8
Подготовка к рубежному контролю 1 (по 15 час. на 1 руб. контроль)	15
Подготовка к рубежному контролю 2 (по 14 час. на 1 руб. контроль)	14
Подготовка к экзамену	27
Всего:	84

Заочная форма

Наименование вида самостоятельной работы	Рекомендуемая трудоемкость, акад. час.
Углубленное изучение разделов, тем дисциплины лекционного курса:	35
Средства массовой информации в информационном обществе: опыт передовых стран (20 часов).	20
Современные зарубежные теории средств массовой информации (15 часов)	15
Подготовка к контрольной работе	18
Подготовка к практическим занятиям (по 10 ч. на занятие)	20
Подготовка к экзамену	27
Всего:	100

**6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

6.1. Перечень оценочных средств

1. Балльно-рейтинговая система контроля и оценки академической активности студентов в КГУ (очно-заочная форма обучения)
2. Отчеты студентов по практическим занятиям.
3. Банк заданий к рубежным контролям № 1, № 2 (очно-заочная форма обучения)
4. Банк вопросов к экзамену.
5. Контрольная работа (заочная форма обучения).

**6.2. Система балльно-рейтинговой оценки
работы студентов по дисциплине
Очная форма**

№	Наименование	Содержание					
Очно-заочная форма обучения							
1	Распределение баллов за семестры по видам учебной работы, сроки сдачи учебной работы (доводятся до сведения студентов на первом учебном занятии)	Распределение баллов					
		Вид учебной работы:	Посещение лекционных занятий	Выполнение заданий на практических занятиях	Рубежный контроль №1	Рубежный контроль №2	Экзамен
		Балльная оценка:	До 16	До 16	До 19	До 19	До 30
	Примечания:	2 б. за посещение лекции (наличие конспекта) (2 б. х 8ЛЗ = 16 б.)	До 4-х б. за тему ПЗ (4 б х 4) = 16 б.)	На 2-ом ПЗ	На 4-ом ПЗ		
2	Критерий пересчета баллов в традиционную оценку по итогам работы в семестре и зачета	60 и менее баллов – неудовлетворительно; незачтено 61...73 – удовлетворительно; 74... 90 – хорошо; 91...100 – отлично					
3	Критерии допуска к промежуточной аттестации, возможности получения автоматического зачета (экзаменационной оценки) по дисциплине, возможность получения бонусных баллов	Студент допускается к зачету, если в течение семестра набрал 50 и более баллов. Автоматический зачет возможен, если студент набрал 61 и более баллов в течение семестра. При получении автоматического зачета количество дополнительных (бонусных) баллов увеличивается в зависимости от оценки определяется преподавателем и начисляются за активное участие в научной и методической работе, оригинальность принятых решений в ходе выполнения практических работ, за участие в значимых учебных и внеучебных мероприятиях кафедры.					

4	<p>Формы и виды учебной работы для неуспевающих (восстановившихся на курсе обучения) студентов для получения недостающих баллов в конце семестра</p>	<p>В случае если к промежуточной аттестации (зачету) набрана сумма менее 50 баллов, студенту необходимо набрать недостающее количество баллов за счет выполнения дополнительных заданий, до конца последней (зачетной) недели семестра. При этом необходимо проработать материал всех пропущенных практических работ.</p> <p>Формы дополнительных заданий (назначаются преподавателем):</p> <ul style="list-style-type: none"> - выполнение заданий по тематике пропущенных ПЗ – до 4 баллов за тему; - подготовка реферата – до 12 баллов; - творческая работа – до 15 баллов. <p>Ликвидация академических задолженностей, возникших из-за разности в учебных планах при переводе или восстановлении, проводится путем выполнения дополнительных заданий, форма и объем которых определяется преподавателем.</p>
---	--	--

6.3. Процедура оценивания результатов освоения дисциплины

Оценка успеваемости студентов в рамках бально-рейтинговой системы осуществляется в ходе текущего, рубежного и промежуточного контроля.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебных занятий. Оценивается посещаемость лекций, подготовка и активность студентов на практических занятиях.

Рубежный контроль № 1 проходит в форме презентации. РК № 2 – создание и защита портфолио. Рубежные контроли проводятся с целью проверки усвоения как теоретического материала, так и практических навыков.

Преподаватель оценивает в баллах результаты работы каждого студента по степени полноты и правильности выполнения работы и заносит в ведомость учета текущей успеваемости.

Промежуточная аттестация (экзамен) проходит в форме устного ответа на 2 теоретических вопроса. Время, отводимое студенту на подготовку к ответу, составляет не менее 40 мин. При выставлении баллов преподаватель учитывает:

- знание фактического материала по дисциплине;
- логику, структуру, стиль ответа; аргументированность ответа; уровень самостоятельного мышления; умение приложить теорию к практике;
- степень активности студента на занятиях;
- творческое досье.

Максимальное количество баллов на экзамене – 30.

Результаты текущего контроля успеваемости и экзамена заносятся преподавателем в экзаменационную ведомость, которая сдается в организационный отдел института в день экзамена, а также выставляются в зачетную книжку.

6.4. Примеры оценочных средств для рубежных контролей и экзамена

6.4.1 ПРИМЕРНЫЕ ЗАДАНИЯ К РУБЕЖНЫМ КОНТРОЛЯМ

Примерное задание

к рубежному контролю 1 – презентация

Презентации с использованием светопроекционной аппаратуры являются одним из

заключительных этапов курса, позволяющим студентам проявить свои аналитические и творческие способности. Студенты могут выбрать любую тему, связанную с деятельностью современных СМИ, информационных агентств или отдельных журналистов в зарубежных странах.

Во время презентации связный устный рассказ должен сочетаться с показом слайдов, демонстрацией видеоизображений или прослушиванием аудиозаписей. Компьютерные файлы и (или) видео (аудио) записи должны быть подготовлены заранее и записаны на жесткий диск компьютера в мультимедийной аудитории университета.

По согласованию с преподавателем возможна разработка групповых проектов (состав группы не более 3 человек).

При подготовке презентации не следует бездумно заимствовать материалы из сети Интернет. Настоятельно рекомендуется воспользоваться основной и дополнительной литературой, указанной в конце программы. Приветствуется самостоятельный поиск новых источников информации, дополняющих содержание лекций и практических занятий.

Примерное задание к рубежному контролю 2 – создание портфолио

Портфолио - это заранее спланированная индивидуальная подборка достижений самостоятельной научно-исследовательской работы студента. Оно оформляется в виде папки, содержащей ряд разделов.

Цель создания портфолио - оценка результатов самостоятельной работы студентов, поле диагностики усвоенного материала. Портфолио может быть полезно студентам, как:

- инструменты (средства), используемые при обсуждении с однокурсниками и преподавателем проблем, поставленных на лекциях и семинарских занятиях;
- возможность рефлексии собственной работы;
- документ, отражающий развитие студента в ходе усвоения материала;
- возможность внедрения западных достижений современной журналистики в собственную журналистскую практику.

Критериями оценки портфолио могут служить:

- аккуратность выполнения;
- факторы, отражающие понимание студентом материала;
- организация портфолио студентом;
- полнота отражения изучаемого материала;
- оформление;
- научно-творческий подход в интерпретации собранного материала;
- наглядность, используемая в портфолио.

Портфолио должно включать в себя:

- глоссарий основных понятий, связанных с курсом "Современные зарубежные СМИ";
- сборник цитат отечественных и зарубежных теоретиков и практиков современных западных СМИ, оформленный по правилам госстандарта библиографических ссылок;
- типологические схемы современных средств массовой информации Великобритании, Германии, Италии, США, Франции, ряда других стран по выбору студента;
- новейшие теоретические аспекты исследования современных западных СМИ;

- отражение теории и практики современных зарубежных СМИ в отечественной научной и массовой периодике;
- материалы к семинарским занятиям и анализ современных зарубежных изданий.
- Кроме этого, портфолио может включать в себя необязательные для исполнения рубрики, отражающие рефлексию студента и результаты самовыражения, сравнительный анализ теории и практики отечественных и зарубежных средств массовой информации.

Примерная тематика рефератов (для неуспевающих):

1. Основные каналы финансирования зарубежных СМИ.
2. Плюсы и минусы концентрации СМИ в условиях рыночной экономики.
3. Типология зарубежной ежедневной прессы (на примере конкретной страны).
4. Типология журнальной периодики (на примере конкретной страны).
5. Типология телевизионных программ в зарубежных странах.
6. Информационные программы телевидения или радиовещания (на примере отдельной страны).
7. Информационные агентства в системе зарубежных СМИ.
8. Жанровая характеристика материалов конкретного издания.
9. Особенности иллюстративного материала в газете или в журнале.
10. Характеристика различных видов рекламы в ежедневной газете (информационная насыщенность, изобразительный ряд и т.п.).
11. Основные источники информации в конкретной газете.
12. Приемы и методы информационного воздействия на читателя (на примере отдельной газеты).
13. Новые информационные технологии и развитие современных систем СМИ зарубежных стран.
14. СМИ в Интернете: зарубежный опыт.
15. Интернет как новое СМИ.
16. Развитие цифрового вещания в зарубежных странах.
17. Информационно-технологическое неравенство на национальном (информационно богатые и информационно бедные слои населения) и глобальном (информационное противостояние Севера и Юга) уровнях.
18. Основные периодические издания в отдельной стране (названия, типологическая характеристика, тиражи, владельцы).
19. Политическая или социальная реклама на страницах отдельного издания.
20. Политические партии и СМИ. Система дотаций партийным изданиям в некоторых странах Европы.
21. Законодательное и административное регулирование содержательной стороны зарубежной журналистики.
22. Формы государственного регулирования аудиовизуальных СМИ.
23. Саморегулирование в СМИ. Этические и профессиональные кодексы журналистов в зарубежных странах.
24. Деятельность международных радиостанций (на примере отдельной радиостанции).

6.4.2 Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Журналистика – «четвертая власть» западного демократического общества.
2. Традиционные источники финансирования СМИ и основные направления их трансформации в современных зарубежных СМИ.

3. Правовые и экономические аспекты спонсорства аудиовизуальных СМИ.
4. Плюсы и минусы концентрации зарубежных средств массовой информации в условиях рыночной экономики.
5. Правовой статус зарубежных СМИ: коммерческой прессы, коммерческого телевидения и радиовещания, общественно-правовых аудиовизуальных СМИ, государственного ТВ и радио.
6. Законодательное регулирование содержательной стороны зарубежной журналистики.
7. Административное регулирование содержательной стороны зарубежной журналистики.
8. Государственные органы регулирования аудиовизуальных СМИ: структура, функции, практика (на примере одной из стран).
9. Воздействие зарубежной журналистики на государство.
10. Саморегулирование западной журналистики. Этические и профессиональные кодексы зарубежных журналистских организаций.
11. Политические партии и СМИ. Система дотаций органам политических партий в странах Западной Европы.
12. Место и функции клерикальных изданий в системе зарубежных СМИ.
13. Информационный комплекс зарубежной страны.
14. Основные периодические издания: названия, тиражи, их концепции, издатели.
15. Система аудиовизуальных СМИ – компании, форма собственности, технические ресурсы, особенности программной политики.
16. Основные предприятия «инфраструктуры» СМИ (информационные агентства, рекламные агентства, компании паблик рилейшнз) – краткая характеристика.
17. Типология зарубежной ежедневной прессы: газеты качественные, массовые, качественно-массовые (на примере отдельной страны).
18. Типология зарубежных журналов (на примере отдельной страны).
19. Информационные программы зарубежного телевидения (на примере одной страны).
20. Типология телевизионных программ в зарубежных странах.
21. Информационные агентства в системе зарубежных СМИ.
22. Новые информационные технологии и развитие современных систем СМИ зарубежных стран.
23. Интернет как основа информационного общества.
24. Интернет как новое СМИ.
25. Интернет в системе массовых коммуникаций.
26. СМИ в Интернете: зарубежный опыт.
27. Современные тенденции развития зарубежных концепций СМИ.
28. Цифровое первенство зарубежных стран.
29. Типология онлайн-изданий зарубежных стран (на примере отдельной страны).

Глоссарий

Диверсификация СМИ - образование многоотраслевых комплексов путем проникновения промышленных, торговых и финансовых корпораций и других групп в сферу СМИ. Диверсификация - неотъемлемый атрибут деятельности современных информационных монополий. В процессе диверсификации капитал, полученный от деятельности в различных сферах вкладывается в информационную индустрию - прессу, телевидение, кино, издательства и др. Некоторые исследователи связывают с диверсификацией надежды на преодоление трудностей конкурентной борьбы на современном информационном рынке.

Глобализация (globalization) - одна из тенденций развития современных масс медиа.

Включает в себя взаимодействие, кооперацию усилий медийных компаний разных стран на основе развития спутниковых средств связи и других развивающихся способов доставки информационного сигнала, образование транснациональных информационных структур. Одним из проявлений этой тенденции является система международного информационного обмена, в которой участвуют практически все крупнейшие информационные агентства мира. В коммуникативистике эта тенденция рассматривается с разных идейно-теоретических позиций. Часть теоретиков СМИ связывает с глобализацией возможности дальнейшего прогресса в условиях информационного общества. Критики глобализации масс медиа выступают в защиту национальных культурных традиций от эскалации западной и прежде всего американской информационной продукции. По мнению последних, глобализация в информационной сфере ведет к нивелированию самобытности культур в различных целях и дальнейшему преобладанию коммерческого начала над гуманитарным в деятельности СМИ. Употребляется также понятие глобализация тематики (*globalization of the subject matter*), под которым понимается трансграничное распространение по каналам СМИ стандартизированных новостных сюжетов и развлекательных программ. Это, например, музыкальный канал MTV, телевизионные новости CNN, FoxNews и SkyNews, радиовещание BBC и ряд других. В коммуникативистике это явление рассматривается как результат процессов монополизации информационных ресурсов в глобальных масштабах. **Монополизация** неизбежно сказывается как на отборе событий для выпусков новостей, так и действующих лиц (например, комментирующих события политиков, аналитиков, собственно участников событий). Сторонники глобализации считают, что в идеале глобализационные процессы должны привести к тому, что мировое сообщество будет иметь единую точку зрения на важнейшие события и проблемы, происходящие и существующие на земле. Исчезновение локальности в содержании новостей неизбежно усиливает и так называемую «глобализацию аудитории» - концепцию, согласно которой одновременно с глобализацией тематики происходит и глобализация вкусов и пристрастий аудитории. Согласно этой концепции, аудитория теряет привязанность к информации в пределах своей страны, а больше интересуется событиями общемирового значения. Сторонники глобализации полагают, что аудитория предпочитает новости и другие программы СМИ преподносимыми в унифицированном стандарте. В западной коммуникативистике употребляется также понятие глобальный язык (*globallanguage*), которое применяется при рассмотрении процессов трансграничного распространения по каналам электронных масс медиа популярной музыки, восприятие которой молодежью не требует знания языков и культурных традиций.

Информационное общество - футурологическая доктрина, получившая полемическую популярность в 1970-1980-х годах в период нарастания компьютерного бума и наиболее системно изложенная в книге американского культуролога Олвина Тоффлера «Третья волна». Согласно О. Тоффлеру, мир вступает в новую, третью, стадию цивилизации, в судьбе которой решающую роль будут играть информационные демассифицированные средства связи, существенно меняющие все сферы жизни - от экономики и культуры до образа жизни и мышления. Основу новой экономики составят компьютерные системы, соединяющие между собой все структурные единицы социума, что даст возможность организовать трудовую деятельность, заменив ручные промышленные действия манипулятивно-информационными, что повлечет и изменение отношения людей к самой информации. Она станет восприниматься не в качестве товара, но в качестве стимулятора творческих сил и поисков, постоянное общение с компьютером научит людей хорошо ориентироваться в глобальных информационных пространствах по индивидуальным многовариантным выборам решений, независимо от массовых правил, стандартов и предубеждений. По О. Тоффлеру, в эпоху новой цивилизации, цивилизации «третьей волны», «самым основным сырьем для всего и вся, и таким, которое

невозможно исчерпать, станет информация, включающая в себя и воображение», и поэтому «благодаря информации, обретающей гораздо большее значение, нежели когда-либо раньше, новая цивилизация начнет перестраивать образование, определять границы научных исследований и, кроме того, реорганизовывать сами средства коммуникации».

Контент-анализ СМИ - экспериментальный способ изучения деятельности СМИ с использованием методов программного моделирования. Анализ проводится на основе изучения общественного мнения и применяется для определения степени эффективности различных звеньев коммуникационного процесса в СМИ. Изучение рынка и общественного мнения путем опросов и последующих анализов некоторые исследователи считают родовым признаком информационного ландшафта американского развитого капитализма, способствующим в целом укреплению институциональной инфраструктуры. Посредством контент-анализов выявляется роль СМИ в формировании вкусов, интересов, мнений различных социальных слоев и групп и их отношением к тем или иным тенденциям в различных сферах общественного развития - торговле, экономике, политике, экологии и др. Большое внимание уделяется изучению роли СМИ в избирательных кампаниях. В рекомендательной части контент-анализов обычно содержатся предложения для журналистов о том, каким образом следует обращаться с разного рода информацией, дабы избежать нежелательного «эффекта бумеранга», который может возникнуть как результат грубой рекламы или броских сенсационных новостей.

Массовая культура (massculture) - продукт индустриального и постиндустриального общества. К основным атрибутам массовой культуры относят:

- преобладания потребительского отношения к информативно-культурным ценностям, приобретаемым в досугово-развлекательных целях как предметы купли-продажи;
- многократное репродуцирование этих предметов и их стереотипизация с помощью технических средств;
- акцент на клишированных модных формах и стилях;
- усредненность и эфемерность вкусов и снижение эстетических и интеллектуальных критериев;
- тенденция к взаимоподражательству и единообразию в усвоении стереотипов и стандартов, закрепляемых с помощью СМИ, особенно аудиовизуальных.

Часть аналитиков видит в стандартизации чувств и интересов потребителей массовой культуры путь к общественному консенсусу и оценивает этот процесс положительно. Другая часть убеждена, что массовая культура посредством СМИ приучает потребителей к диктату низкопробных стереотипов, к китчу, препятствует сохранению и развитию лучших традиций национальных культур и их своеобразия, способствует примитивизации общественного информативно-культурного спроса, снижению интеллектуального и эстетико-художественного потенциала общества в целом.

Четыре теории печати - изложены в одноименной (классической для американской коммуникативистики) книге Ф. Сиберга, Т. Петерсона и У. Шрамма, широко известной среди специалистов. Авторы анализируют развитие СМИ в рамках авторитарной теории (authoritariantheory), появившейся в Европе после изобретения печатного станка и защищавшей позиции феодального авторитаризма, либертарианской теории (libertariantheory) и теории социальной ответственности (socialresponsibilitytheory), отдельно рассматривается советская теория печати, основанная на принципах партийности.

Эффект пристрастия (англ. biasingeffect) - влияние пристрастного отношения журналиста к излагаемой им информации на ее качество, формы передачи, а значит и на характер восприятия данной информации аудиторией. Диапазон действия эффекта пристрастия чрезвычайно широк - от политических и идеологических предубеждений в откровенной

пропаганде до эмоционально-психологических и лингво-семиотических разновидностей, связанных с различными формами и средствами передачи и получения информации.

Эффект присутствия - создание при помощи выразительных средств журналистики зримой картины, позволяющей зрителю (слушателю, читателю) ощутить себя находящимся на месте события. Используется также понятие эффект реальности (realityeffect). Считается, что это явление относится прежде всего к кинематографу и аудиовизуальным СМИ, прежде всего к телевидению, а также к виртуальным образам, создаваемым на основе компьютерной техники, однако ряд исследователей полагает, что эффект присутствия может быть присущ и печатным СМИ, в том случае, если читатель проникается чувством сопричастности к изображаемым событиям.

Эффект «стадности» (англ. bandwagoneffect) - повальное увлечение личностями политических лидеров, спортсменов, звезд экрана и эстрады. Этимология понятия связана с некогда распространенными в США публичными выступлениями лидеров предвыборных гонок с уличных платформ (bandwagon) в сопровождении оркестра и толпы поклонников. Постепенно значение термина расширилось, распространяясь на сферу массовой моды и «стадного» увлечения ее рекомендациями, а затем и на массовую культуру в ее разнообразных проявлениях. В коммуникативистике эффект «стадности» рассматривается как неременный атрибут массовой культуры и средство манипулирования общественным сознанием посредством СМИ, средство внесения необходимых корректив в общественную психологию и социальное поведение.

ЮСИА, Информационное агентство США (UnitedStatesInformationAgency) - внешнеполитическое информационно-пропагандистское федеральное ведомство, созданное в 1953 году. Занимается информированием правительства США о восприятии страны за рубежом и формированием имиджа страны путем распространения информации о США через организацию разного рода культурных обменов, выставок, библиотек, тиражирования пресс-релизов и т.д. Имеет свыше 200 отделений своих служб (USIS - UnitedStatesInformationService) и информационные центры в 143 странах мира.

6.5. Фонд оценочных средств

Полный банк заданий для текущего, рубежных контролей и промежуточной аттестации по дисциплине, показатели, критерии, шкалы оценивания компетенций, методические материалы, определяющие процедуры оценивания образовательных результатов, приведены в учебно-методическом комплексе дисциплины.

7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

7.1. Основная учебная литература

1. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для студентов вузов. / Бакулев Г.П. - М. : Аспект Пресс, 2016. - Доступ из ЭБС «Консультант студента».
2. История зарубежной журналистики. 1929-2013 [Электронный ресурс] : Учебно-методический комплект (учебное пособие, хрестоматия) / Г. В. Прутцков; Под ред. Я. Н. Засурского. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2013.- Доступ из ЭБС «Консультант студента».

7.2. Дополнительная литература

1. Современные медиа: Приемы информационных войн: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] / Вирен Г. - М. : Аспект Пресс, 2017. - Доступ из ЭБС «Консультант студента».

2. Михайлов С. А. Современная зарубежная журналистика : учебник / С. А. Михайлов. - СПб: Издательство Михайлова В. А., 2005. - 319 с.
3. Быков А.Ю. Современная зарубежная журналистика: Конспект лекций. Учебное пособие. - Екатеринбург, 2003.-118с.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Резниченко Е.Г. Современные зарубежные СМИ. Методические рекомендации к изучению спецсеминара для студентов специальности 420302. - Курган: Изд-во Курганского гос. ун-та, 2016. – 26 с.

9. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1. ЭБС «Лань»
2. ЭБС «Консультант студента»
3. ЭБС «Znaniium.com»
4. «Гарант» - справочно-правовая система

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение по реализации дисциплины осуществляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данной образовательной программе.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Современные зарубежные СМИ

образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата

42.03.02 – Журналистика

Направленность (профиль): Журналистика

Трудоемкость дисциплины: 3 ЗЕ (108 академических часа)

Семестр: 7(очно-заочная, заочная форма обучения).

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Содержание дисциплины:

1. Средства массовой информации в информационном обществе: опыт передовых стран.
2. Экономика средств массовой информации.
3. Регулирование деятельности средств массовой информации.
4. Средства массовой информации и основные институты демократического общества.
5. Национальные системы средств массовой информации: сравнительный анализ
6. Новые информационные технологии и СМИ.
7. Формы, методы и приемы информационного воздействия на аудиторию.
8. Современные зарубежные теории средств массовой информации.