Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 23.06.2026 17:57:30
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b348

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Институт издательского дела и журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Директор
_____ /Е.Л. Хохлогорская/

«27» февраля 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ МЕДИАИНДУСТРИИ

Направление подготовки/специальность
42.04.02 Журналистика

Профили
Медиакоммуникации в креативных индустриях

Квалификация
магистр

Формы обучения
очно-заочная

Москва, 2025 г.

Разработчик:

К.ф.н., доцент кафедры «Журналистика и массовые

коммуникации имени М.Ф. Ненашева»  /Т.А. Волкова/

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Журналистика и массовые
коммуникации имени М.Ф. Ненашева»,



д.ф.н., доцент /Е.В. Перевалова/

Содержание

1.	Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине	4
2.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3.	Структура и содержание дисциплины	5
3.1.	Виды учебной работы и трудоемкость	5
3.2.	Тематический план изучения дисциплины	5
3.3.	Содержание дисциплины	6
3.4.	Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий	7
3.5.	Тематика курсовых проектов (курсовых работ)	7
4.	Учебно-методическое и информационное обеспечение	7
4.1.	Нормативные документы и ГОСТы	7
4.2.	Основная литература	7
4.3.	Дополнительная литература	8
4.4.	Электронные образовательные ресурсы	8
4.5.	Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение	8
4.6.	Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	8
5.	Материально-техническое обеспечение	8
6.	Методические рекомендации	8
6.1.	Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения	8
6.2.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	9
7.	Фонд оценочных средств	9
7.1.	Методы контроля для оценивания результатов обучения	9
7.2.	Шкала и критерии оценивания результатов обучения	10
7.3.	Оценочные средства	12

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Тенденции развития мировой медиаиндустрии» является:

- изучение тенденций функционирования СМИ в современной структуре общества, основных этапов развития СМИ в контексте развития общества, структуры медиаполитической системы различных стран; изучение различных типов медиасистем, их характерных особенностей.

К числу основных **задач** освоения дисциплины «Тенденции развития мировой медиаиндустрии» относятся:

- изучение современных тенденций развития российской и международной журналистики, современной системы средств массовой информации, особенностей национальных моделей систем СМИ, факторов их формирования, базовых принципов построения, функционирования и развития; изучение принципов структурирования крупнейших сегментов систем СМИ и их взаимодействия;
- изучение новых медиа и их значения в общественно-политическом дискурсе различных стран; изучение и анализ механизмов взаимодействия журналистики и политики; изучение роли информационного фактора в мировой интеграции;
- овладение знаниями о механизмах современного мирового процесса глобализации; понимание современных экономических характеристик медиаиндустрии, ее специфики на глобальном уровне и изучение национальных особенностей сегмента медиа в развитых мировых экономиках;
- исследование особенностей современного международного права в области журналистики, анализ международных стандартов информационного права, понимание роли международных журналистских организаций;
- выявление влияния характеристик средства массовой информации (его типа, вида) на профессиональную деятельность журналиста;
- овладение методами анализа современных геополитических реалий и взаимоотношений стран на мировой арене и определения места журналистики как сферы деятельности и национальных систем СМИ в этих геополитических процессах.

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИОПК-5.1 Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИОПК-5.2 Моделирует индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Для освоения данного курса студенты должны владеть компетенциями, сформированными в процессе освоения программы бакалавриата. В качестве входных знаний магистранты должны иметь представление о мировых тенденциях развития

медиаотрасли, знать базовые принципы формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, особенности национальных медиамоделей и реалии функционирования российских СМИ, быть осведомленными в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа.

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: «Тенденции и перспективы развития рынка СМИ России»; «Новые медиа»; «Креативные индустрии и креативный бизнес», «Креативный медиапроект: планирование и управление», «Разработка концепции мультимедийного СМИ», Профессионально-творческая практика, Научно-исследовательская работа, Преддипломная практика.

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость
(по формам обучения)

3.1.1. Очно-заочная форма обучения

п/п	Вид учебной работы	Количество часов	1 семестр
1	**Аудиторные занятия**	**28**	28
	В том числе:		
11	Лекции	8	8
12	Семинарские/практические занятия	20	20
13	Лабораторные занятия	-	-
2	**Самостоятельная работа**	**80**	80
	В том числе:		
21	Чтение и анализ текстов, подготовка докладов, сообщений	80	80
3	**Промежуточная аттестация**		
	Экзамен	**36**	36
	Итого	**144**	144

3.2 Тематический план изучения дисциплины
(по формам обучения)

3.2.1. Очно-заочная форма обучения

/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	

1	Тема 1. Введение. Современные тенденции развития международной журналистики	12	2	2	-	-	8
2	Тема 2. Взаимодействие журналистики и политики	12	2	2	-	-	8
3	Тема 3. Современные медиасистемы	10	-	2	-	-	8
4	Тема 4. Медиаэкономика: основные параметры	12	2	2	-	-	8
5	Тема 5. Роль информационного фактора в процессах глобализации и европейской интеграции	14	2	2	-	-	10
6	Тема 6. Международные стандарты информационного права	16	-	2	-	-	14
7	Тема 7. Медиаиндустрия и элиты. Медиаиндустрия и массовая культура	16	-	4	-	-	12
8	Тема 8. Новые технологии и медиа	16		4	-	-	12
	Экзамен	36					36
	Итого	**144**	**8**	**24**			**112**

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Введение. Современные тенденции развития международной журналистики

Современные концепции демократии, их связь с развитием журналистики. Свобода печати в демократическом обществе и ее ограничение. Политтехнологии и журналистика, СМИ и коммуникация в разных странах. Использование СМИ и средств коммуникации для достижения геополитических целей. Сочетание глобального информационного и «регионального интереса». Тесная связь журналистики и экономики в разных странах. Дифференциация и специализация прессы. Направления практической журналистики в разных странах: «народная», потребительская, исследовательская, расследовательская, «новая» журналистика и другие направления. Различие правовых систем в условиях глобального информационного пространства. Тенденции дальнейшего развития американских и европейских СМИ, Ближнего Востока, СМИ Африки, Азиатско-Тихоокеанского бассейна. Многообразие форм и методов современного журналистского творчества.

Тема 2. Взаимодействие журналистики и политики

Участие СМИ в процессах, связанных с властными полномочиями. Связь журналистики и политического поля. Понятие медиакратии. Теории медиакратии. Два взгляда на понятие медиакратии. «Этимологический» подход: медиакратия как власть СМИ. Автономность и важность системы СМИ как игрока в публичной сфере. Теории фрейминга и теории аудитории. Нивелирование влияния политических институтов на формирование политики, негативное воздействие СМИ на политику, подрывающие легитимность политического поля и доверие к институтам демократии. «Маркетинговая» теория медиакратии. Неспособность медиа управлять. Теории политического маркетинга. Новые медиа в политическом процессе. Блоггинг как часть сферы новых медиа. Новая волна коммуникации. Понятие блогосферы. Политическая блогосфера: особенности функционирования медиапространства. Политические функции блогов.

Тема 3. Современные медиасистемы

Структура систем СМИ: эволюция, современные принципы организации и взаимодействия. Основные факторы развития систем СМИ. Национальные системы

печатных СМИ. Национальные системы аудиовизуальных СМИ. Новые медиа в системе СМИ. Культурные индустрии. СМИ как экономические институты в медиасистеме. Системы СМИ в современном обществе.

Тема 4. Медиаэкономика: основные параметры

Понятие медиаэкономики. Понимание принципов организации и финансирования, экономических особенностей медиаиндустрии, экономического потенциала СМИ как один из универсальных критериев профессионализма в современной медиаиндустрии. Параметры отличия экономики СМИ от экономики других отраслей. Понятие «рынок СМИ». Специфика рынка СМИ. Принципы организации медиабизнеса. Экономическая природа СМИ. Экономические особенности печатных СМИ. Экономические особенности электронных СМИ. Финансирование медиапредприятия. Управление медиапредприятием. Современные тенденции коммерциализации печатной и электронной прессы, концентрации медийной собственности. Развитие глобального информационного рынка. Медиакорпорации и глобализация информационной деятельности. Кризисные явления в международной журналистике. Рост общественной активности в информационной сфере.

Тема 5. Роль информационного фактора в процессах глобализации и европейской интеграции

Понятие глобализации: сущность, определение, измерения. Опасности и преимущества глобализации. Основные характеристики глобализации. Две стороны процесса глобализации: все более тесная интеграция стран в единое мировое сообщество; становление единого центра. Позитивные и негативные последствия глобализации. Глобализация мировой экономики, ее черты. Глобализация и современный мировой порядок. Европейский интеграционный процесс как отражение глобализационных тенденций и как попытка противопоставления глобализации самобытной структуры – национальной системы СМИ. Национальные системы СМИ как средство культурной самоидентификации народов Европы. Формирование общеевропейского информационного пространства. Различия в информационно-техническом развитии стран – членов ЕС. Проблемы европейской интеграции в новых условиях информационно-технологического развития. Формирование европейской информационной политики. Проблемы создания единого медиапространства ЕС. Принцип сохранения культурного многообразия. Регионализм СМИ.

Тема 6. Международные стандарты информационного права

Инфраструктура телекоммуникаций как трансграничное поле для международного общения и международных отношений. Окинавская хартия глобального информационного общества о создании безопасного киберпространства. Глобальная инфосфера как предпосылка к увеличению роли международного права в регулировании информационного обмена. Понятие международного информационного права. Межгосударственные соглашения (глобальные, универсальные, региональные, субрегиональные). Общечеловеческие принципы как основа международных информационных отношений. Основные международные правовые документы. Принципы и практика Европейского суда по правам человека. Особенности освещения проблем терроризма национальными и международными СМИ. Принципы саморегулирования журналистского сообщества. Международная информация и международные организации. Взаимодействие международных организаций. Международные организации журналистов.

Тема 7. Медиаиндустрия и элиты. Медиаиндустрия и массовая культура

Политическая элита и ее медиатизация. Современная практика журналистики в работе с элитарными группами. Фильтры СМИ, выделяющие информацию, соответствующую целям владельцев. СМИ как средство информационной войны.

Медиатизация политики. Селебритизация политики. Деловая элита и деловая журналистика. Понятие деловой журналистики. Деловая журналистика как антипод желтой прессе. Функции деловых изданий. Понятие феномена массовой культуры. Черты массовой культуры. Массовая культура как отрасль экономики. Роль средств массовой информации в этой области. Роль СМИ США в распространении массовой культуры. Глобализация массовой культуры. Эволюция компьютерной культуры в контексте развития средств коммуникации.

Тема 8. Новые технологии и медиа

Новые медиа: сближение журналистики и межличностной коммуникации. Характерные особенности, функции новых медиа. Значение соцсетей. Признаки системы новых медиа: конвергенция, дигитализация, интерактивность, принадлежность к сетевому пространству. Новые технологии в традиционных медиа. Зарубежные электронные СМИ. Определение новых средств массовой информации.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия для очно-заочной формы обучения

Семинар 1. Введение. Современные тенденции развития международной журналистики
Семинар 2. Взаимодействие журналистики и политики
Семинар 3. Современные медиасистемы
Семинар 4. Медиаэкономика: основные параметры
Семинары 5. Роль информационного фактора в процессах глобализации и европейской интеграции
Семинары 6. Международные стандарты информационного права
Семинары 7-8. Медиаиндустрия и элиты. Медиаиндустрия и массовая культура
Семинары 9-10. Новые технологии и медиа

3.4.2. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрены

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 29.12.2022) «О средствах массовой информации». 27 декабря 1991 года N 2124-1 // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ [Режим доступа - свободный]

4.2 Основная литература

К мобильному обществу. Утопии и реальность : монография / Я.Н. Засурский [и др.].. — Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2009. — 304 с. — ISBN 978-5-211-05657-2. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/13342.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

Энциклопедия мировой индустрии СМИ : учебное пособие для вузов / Е.Л. Вартанова [и др.].. — Москва : Аспект Пресс, 2019. — 480 с. — ISBN 978-5-7567-1059-5. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/96324.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

4.3. Дополнительная литература

Бакулев Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции (3-е издание) : учебное пособие для студентов вузов / Бакулев Г.П.. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 192 с. — ISBN 978-5-7567-0795-3. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/56991.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

Макеенко М.И. Радиовещание и телевидение США в новом столетии. Структура, экономика, стратегии : монография / Макеенко М.И.. — Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2010. — 560 с. — ISBN 978-5-211-05793-7. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/13344.html (дата обращения: 12.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

4.4. Электронные образовательные ресурсы

Электронный ресурс «Тенденции развития мировой медиаиндустрии»
https://online.mospolytech.ru/local/crw/course.php?id=3471

4.5. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Не требуется

4.6. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Сайт Союза журналистов России https://ruj.ru/
2. Российская государственная библиотека. http://www.rsl.ru/
3. Государственная публичная историческая библиотека России. http://www.shpl.ru/
4. Российская национальная библиотека http://www.nlr.ru/
5. http://expositions.nlr.ru/fond/paper/paper_moscow.php

5. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для лекционных и семинарских занятий из общего фонда. Необходима интерактивная доска/ноутбук, проектор для демонстрации презентаций.

Университет обеспечивает инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья специальными материально-техническими средствами обучения (включая специальное программное обеспечение) и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья, при наличии их заявлений о необходимости предоставления специализированных электронных образовательных ресурсов.

6. Методические рекомендации

6.3. Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Методика преподавания дисциплины «Тенденции развития мировой медиаиндустрии» и реализация компетентностного подхода в изложении и восприятии материала предусматривает лекции с проблемным изложением, лекции-дискуссии.

Использование активных и интерактивных форм проведения занятий: дискуссии, круглые столы и др. Проведение социологического опроса по проблемам доверия общества к журналистике и журналистам. Презентация результатов опроса на практическом занятии. Занятия в форме пресс-конференции с приглашением экспертов в области социокультурных проблем. Предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

Лекционный курс строится тесной взаимосвязи теории с современной практикой СМИ. При проведении семинарских занятий прорабатывается предлагаемая по курсу литература, анализируется практика конкретных СМИ. Студенты учатся применять усвоенные теоретические постулаты к работе журналиста, в их свете проводится анализ газетных и журнальных публикаций, ведутся дискуссии.

Поощряется также работа студента с правовыми документами и нормами этики, сопоставления документов и их анализ.

Преподаватель консультирует студентов в отборе ситуаций из СМИ, выбранных для самостоятельного анализа.

Список литературы рекомендуется регулярно обновлять и расширять. У студентов желательно проверять конспекты и делать отметки о проверке.

На лекциях используются интерактивные формы работы: дискуссии, проблемные лекции; формирование умения применять разбираемые понятия для анализа практики СМИ с разных точек зрения.

6.4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная внеаудиторная работа студента направлена на выработку способности к самостоятельной работе по поиску, анализу информации по теме, систематизации материала. Предполагается подготовка реферата, презентации в мультимедийном формате по теме курса. Обязательно знакомство с современными печатными и электронными СМИ.

В процессе подготовки доклада, реферата и т.п. желательно ознакомиться с широким спектром источников по теме. Важно, чтобы студент хорошо ориентировался в тексте доклада, материал доклада должен являться лишь опорой, не допустимо чтение доклада. Текст рекомендуется сдавать преподавателю для того, чтобы можно было более детально проанализировать и оценить доклад. Доклад должен сопровождаться вопросами и последующей дискуссией, которой управляет докладчик, желательно, чтобы преподаватель лишь только помогал при необходимости.

При подготовке презентации важно раскрыть тему презентации. Оценивается умение студента логично выстроить текст и грамотно проиллюстрировать его. Презентация должна содержать не менее 15 слайдов. В каждом слайде должен быть текст и иллюстрация. Слайды должны быть прокомментированы. Студент должен ответить на вопросы, возникающие в процессе презентации. Презентации сдаются в электронном виде преподавателю и в дальнейшем могут использоваться при проведении последующих семинаров.

Студенту, желающему углубить свои знания, предоставляется возможность расширить круг специализированного чтения за счет обращения к дополнительным источникам, указанным в программе курса.

В процессе самоподготовки студенту следует:

- изучать и анализировать источники и научную литературу, рекомендованную преподавателем по программе курса;

- пользоваться ресурсами Интернета для самостоятельного поиска научной информации по курсу.

- обращаться за разъяснениями к преподавателю по вопросам курса, которые вызывают затруднение.

7. Фонд оценочных средств

7.3. Методы контроля и оценивания результатов обучения

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций: подготовка, представление и обсуждение докладов на семинарских занятия, выполнение контрольных работ.

Форма промежуточной аттестации - экзамен в форме собеседования.

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают тематику сообщений для подготовки к семинарским занятиям, тематику контрольных работ, контрольные вопросы для проведения экзамена.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

7.4. Шкала и критерии оценивания результатов обучения

По результатам работы, включая итоговое собеседование по всем темам курса, студенту выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка **«отлично»** выставляется в том случае, если студент в полном объеме знает характеристики и специфические особенности крупнейших зарубежных национальных систем СМИ, структуру СМИ России; существующие организационные формы (медиахолдинги, издательские дома, акционерные общества и т.п.), основные виды, типы СМИ, инфраструктуру. Умеет анализировать явления в современной глобальной медиасреде; исследовать системы СМИ с учетом геополитических реалий; анализировать опыт зарубежной журналистики. Уверенно владеет системным подходом к современной журналистике; применяет полученные знания о развитии зарубежной журналистики, о новейших тенденциях ее функционирования в своей практической деятельности.

Оценка **«хорошо»** выставляется в том случае, если студент знает характеристики и специфические особенности крупнейших зарубежных национальных систем СМИ, структуру СМИ России; существующие организационные формы (медиахолдинги, издательские дома, акционерные общества и т.п.), основные виды, типы СМИ, инфраструктуру. Умеет анализировать явления в современной глобальной медиасреде; исследовать системы СМИ с учетом геополитических реалий; анализировать опыт зарубежной журналистики. Владеет системным подходом к современной журналистике; применяет полученные знания о развитии зарубежной журналистики, о новейших тенденциях ее функционирования в своей практической деятельности. При этом

допускаются несущественные ошибки и неточности, возникают затруднения в процессе переноса полученных знаний и умений на новые нестандартные ситуации.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется в том случае, если студент не в полном объеме знает характеристики и специфические особенности крупнейших зарубежных национальных систем СМИ, структуру СМИ России; испытывает затруднения в процессе характеристики существующих организационных форм (медиахолдинги, издательские дома, акционерные общества и т.п.), основных видов, типов СМИ, инфраструктуры. Не в полной мере умеет анализировать явления в современной глобальной медиасреде; исследовать системы СМИ с учетом геополитических реалий; анализировать опыт зарубежной журналистики. Испытывает затруднения в процессе системного анализа современной журналистики; с трудом применяет полученные знания о развитии зарубежной журналистики, о новейших тенденциях ее функционирования в своей практической деятельности. При этом допускаются существенные ошибки, возникают затруднения в процессе переноса полученных знаний и умений на стандартные ситуации.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется в том случае, если студент не знает характеристики и специфические особенности крупнейших зарубежных национальных систем СМИ, структуру СМИ России; не способен дать характеристику существующих организационных форм (медиахолдинги, издательские дома, акционерные общества и т.п.), основных видов, типов СМИ, инфраструктуры. Не умеет анализировать явления в современной глобальной медиасреде; исследовать системы СМИ с учетом геополитических реалий; анализировать опыт зарубежной журналистики. Не может провести системный анализ современной журналистики; не способен применять полученные знания о развитии зарубежной журналистики, о новейших тенденциях ее функционирования в своей практической деятельности. При этом допускаются грубые ошибки, студент не может перенести полученные знания и умения на стандартные ситуации.

7.5. Оценочные средства

7.3.1. Текущий контроль

Примерная тематика докладов, сообщений

1. Анализ отдельной национальной модели СМИ с использованием изученных параметров.
2. Характеристика отдельной национальной системы прессы/телерадиовещания/культурных индустрий с использованием изученных параметров.
3. Анализ отечественного или зарубежного медиапроекта в Интернете с использованием изученных критериев.
4. Понятия «СМИ» и «медиа». Соотнесение и разграничение.
5. Понятия «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал».
6. Жизненный цикл медиапродукта.
7. Понятия «медиасистема», «медиарынок», «медиакомпания», «медиакапитал».
8. Географический рынок СМИ. Национальные, региональные и местные СМИ.
9. СМИ как сдвоенный рынок товаров и услуг.
10. Сектора рынка СМИ. СМИ пассивного и активного потребления.
11. Старые и новые СМИ. Конвергенция и мультимедиа.
12. СМИ индивидуального и коллективного потребления. Глобализация и глокализация.
13. Типы концентрации СМИ.

14. Экономические особенности телевизионной индустрии
15. Типы телевизионных каналов
16. Телевизионное программирование
17. Аналоговое и цифровое вещание
18. Экономические особенности индустрии радио
19. Типы радиостанций
20. Программирование радиостанций
21. Экономические особенности газетной индустрии
22. Типы газетных изданий
23. Спираль тиража. Зонтичная конкуренция
24. Экономические особенности журнальной индустрии
25. Типы журнальных изданий
26. Сегментация аудитории. Понятие «ниши» на рынке СМИ
27. Экономические особенности индустрии онлайновых СМИ
28. Структура рекламного рынка. Виды рекламных агентств
29. Методы измерения аудитории СМИ

Примерная тематика контрольных работ

1. Проанализируйте современные тенденции развития международной журналистики. Приведите примеры особенностей развития национальных систем СМИ в условиях современных концепций демократии (популистской, массовой, полиархии и т.д.).
2. Сравните национальные системы СМИ стран Севера и Юга (например, Швеции и Италии). Выявите и объясните специфические особенности моделей СМИ в условиях «цифрового раскола», неравенства в информационном обществе.
3. Приведите примеры взаимодействия журналистики и политики по этимологической модели медиакратии. Какие зарубежные СМИ работают с медиаконтентом по моделям фрейминговой теории?
4. Приведите примеры взаимодействия журналистики и политики по маркетинговой теории медиакратии. Какие зарубежные глобальные концерны работают с аудиторией по принципу классического маркетинга?
5. Проанализируйте особенности функционирования медиапространства в зарубежной политической блогосфере.
6. Проанализируйте злоупотребление властью СМИ в деле Дж.Сэвила (скандал на BBC). Как зарубежные медиа злоупотребляют доверием аудитории, преследуя цель устранения конкурента в медиапространстве?
7. Как в современных западных СМИ сочетаются требование соблюдения объективности и субъективный подход к освещению событий? Проанализируйте мнение профессора Айвора Гейбера. Как традиционная журналистика и новые технологии сочетают две эти возможности? Приведите примеры из западной практики.
8. Параметры, формы медиапланирования. Вам нужно разработать новый медиапроект. Какие элементы медиапланирования и в каких случаях вы будете применять в своем анализе?
9. Проанализируйте принципы саморегулирования журналистского сообщества в условиях террористической угрозы; проанализируйте опыт СМИ США и Великобритании по предотвращению полемики в журналистском сообществе о свободе слова и печати в таких случаях. Какие нормы применимы для России?
10. Проанализируйте роль мобильных технологий в современной западной журналистике. Какие методы использовались западными журналистами при освещении важнейших событий (например, последствия урагана Катрина; события в Ираке, события «арабской весны» в Сирии и Ливии)?

11. Проанализируйте характерные особенности медиатизации и селебритизации политики и медиатизации политической элиты, в зарубежных странах на примере отдельной страны (например, самый яркий случай – методы медиатизации политики Сильвио Берлускони в Италии).

12. Проанализируйте принципы организации медиабизнеса концерном Руперта Мэрдока, ставшие новаторскими. Какие современные принципы организации доступа аудитории к нужному контенту вводит руководство (например, версия газеты «Таймс» для планшетных устройств и др.)?

13. Проанализируйте виды конвергенции СМИ. Приведите примеры из практики западной медиаиндустрии.

14. Новые технологии и традиционные медиа. Проанализируйте принципы популярности «бумажных» СМИ в интернете и собственно электронных СМИ (например, в США – лидеры посещаемости: сайты CNN, ABC, портал Yahoo! News, сайты газет New York Times, Washington Post).

15. Медиаиндустрия и массовая культура, распространение массовой прессы. Проанализируйте причины и условия закрытия и критики известных западных брендов массовых изданий (например, прецеденты с изданием Руперта Мэрдока News of the World). Какие действия «на грани фола» применяют владельцы медиаконцернов для привлечения аудитории?

16. Особенности «коммуникационного изобилия» (Джон Кин). Приведите примеры эволюции коммуникационного изобилия. Проанализируйте позитивные и негативные стороны этого процесса.

17. Анализ рекламных материалов зарубежного издания (газета, журнал):

- анализ общего объема рекламы в номере (в процентах от общей площади);
- подсчет соотношения доли различных видов рекламы (потребительская отдельных видов товаров, инвестиционная, имиджевая, классификационная и т.д.) в общем объеме рекламы, принятой за 100%;
- характеристика различных видов рекламы в номере (информационная насыщенность, изобразительный ряд);
- выявление зависимости рекламы, опубликованной в анализируемом номере, от типологических характеристик издания.

18. Анализ жанровых особенностей зарубежного издания. Основное внимание должно быть уделено изучению событийных и аналитических материалов. Конкретные задания включают в себя:

- анализ общего объема событийной информации в номере (в процентах от общей площади);
- анализ общего объема аналитических материалов в номере (в процентах от общей площади);
- анализ источников событийной информации (информационные агентства, собственные корреспонденты и др.) с составлением их списка и подсчетом доли материалов, полученных из каждого источника (в процентах), в общем объеме событийных материалов;
- анализ основных жанров аналитических материалов и подсчет доли материалов отдельных жанров в общем объеме аналитических материалов;
- изучение авторов аналитических материалов: знакомство с составом творческого коллектива зарубежного печатного издания;
- рассмотрение соотношения событийных и аналитических материалов по отношению к общей площади номера и по отношению друг к другу, выявление зависимости этого соотношения от типа издания.

19. Анализ изобразительного ряда и оформления зарубежного издания. В ходе работы проводятся:

- подсчет общего объема иллюстративного материала в номере (за исключением рекламы) и его доли в общем объеме площади печатного издания;

- классификация основных видов иллюстративного материала (фото, графика, карты, рисунки и т.п.) и подсчет их доли в общем объеме иллюстраций номера;

- определение основных рубрик издания, составление их перечня;

- выявление зависимости оформления и рубрикации данного издания от его типологии.

20. Анализ деятельности современных зарубежных средств массовой информации и предоставляет студентам большую свободу в выборе тем. Каждый обучающийся готовит самостоятельный анализ освещения определенной проблемы в конкретном издании.

7.3.2. Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к экзамену

1. Связь журналистики с современных концепций демократии.
2. СМИ и геополитика в разных странах.
3. Дифференциация и специализация журналистики.
4. Взаимодействие журналистики и политики: «этимологическая» теория медиакратии.
5. Взаимодействие журналистики и политики: «маркетинговая» теория медиакратии.
6. Блоггинг как часть сферы новых медиа.
7. Политическая блогосфера: особенности функционирования медиапространства.
8. Особенности освещения проблем терроризма национальными и международными СМИ.
9. Принципы саморегулирования журналистского сообщества в условиях террористической угрозы.
10. Роль информационного фактора в европейской интеграции.
11. Международные стандарты информационного права.
12. Принципы и практика Европейского суда по правам человека в области СМИ.
13. Политическая элита и ее медиатизация.
14. Современная практика журналистики в работе с элитарными группами.
15. Деловая элита и деловая журналистика.
16. Глобализация и СМИ. Опасности и преимущества глобализации.
17. Медиаэкономика: основные параметры.
18. Принципы организации медиабизнеса.
19. Медиаконвергенция и модернизация СМИ.
20. Изменение аудиторного фактора в условиях конвергенции.
21. Новые медиа: сближение журналистики и межличностной коммуникации.
22. Новые технологии и традиционные медиа: зарубежные электронные СМИ.
23. Новые медиа и IT-технологии.
24. Международная информация и международные организации: современный опыт взаимодействия.
25. Международные организации журналистов: история и современность.
26. Медиаиндустрия и массовая культура.
27. Структура систем СМИ: эволюция, современные принципы организации и взаимодействия.
28. Основные факторы развития системы СМИ.
29. Национальные системы печатных СМИ.
30. Национальные системы аудиовизуальных СМИ.

31. Новые медиа в системе СМИ.
32. Культурные индустрии. СМИ как экономический институт в медиасистеме.
33. Системы СМИ в современном обществе.
34. Сетевые технологии и журналистика.