

Федеральное агентство по образованию РФ
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ГОУ ВПО «АмГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой журналистики

_____ О.Б.Арчакова

« ____ » _____ 2007г.

Учебно-методический комплекс дисциплины
СОВРЕМЕННЫЕ ЗАРУБЕЖНЫЕ СМИ
для специальности 030601 «Журналистика»

Составитель: Кантемирова Е.Н.

Печатается по решению редакционно-
издательского Совета
филологического факультета
Амурского государственного
университета

Современные зарубежные СМИ для специальности 030601
«Журналистика»: учебно-методический комплекс дисциплины. / Кантемирова Е.Н.
– Благовещенск. Изд-во Амурского государственного университета, 2007. 32с.

© Амурский государственный университет

© Кафедра журналистики

Пояснительная записка

Учебный курс «Современные зарубежные СМИ» знакомит студентов с состоянием средств массовой информации зарубежных стран в условиях перехода к информационному обществу, формирует представления о тенденциях развития зарубежных СМИ, дает возможность применять в дальнейшей профессиональной деятельности опыт зарубежных СМИ.

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

Задачи курса - сформировать у студентов представления о закономерностях развития зарубежных моделей СМИ, о роли СМИ в экономической, политической, культурной и социальной жизни зарубежных государств; дать студентам представление о профессии журналиста в зарубежных странах. Освоение курса предполагает знание студентом основополагающих теоретических трудов зарубежных исследователей, ведущих газет, журналов, мировых информационных агентств, теле - и радиовещательных компаний.

1. Структура курса

№	Раздел	Лекции	Лаборат-ые работы	Творческие задания
1	СМИ в структуре общества	4	4	2
2	Современные зарубежные теории СМИ	10	2	4

3	Особенности современных СМИ зарубежных стран. Экономика СМИ	10	6	6
4	Регулирование деятельности СМИ	4	10	6
5	Профессиональные аспекты деятельности зарубежных СМИ	4	10	6
	ИТОГО:	32	32	24

2. Содержание курса

Раздел 1. СМИ в структуре общества

Информация как определяющий фактор современного развития. Информационные ресурсы и важнейшие каналы их распространения. Информационное общество: современные концепции, определения, реальность. СМИ в условиях перехода развитых стран к информационному обществу. Воздействие факторов глобального и национального характера на становление информационного общества. Конвергенция СМИ. Проблемы информационного неравенства. Доступ к СМИ – новое право человека в информационном обществе. Политические партии и журналистика. Экономические и социальные причины кризиса системы партийной печати в развитых западноевропейских странах. Церковь и СМИ. Церковная и клерикальная журналистика. Освещение жизни церкви в общеполитических СМИ. СМИ и политика.

Литература: [1, 2: Землянова Л.М.], [6: Засурский И.И.], [9: Мелюхин И.С.], [10: Назаров М.М], [13: Реддик Р., Кинг Э.]

Раздел 2. Современные зарубежные теории СМИ

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 СМИ. Современные теоретические концепции европейских и северо-американских ученых.

Литература: [10: Назаров М.М.], [14: Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т], [22: Буржуазные теории журналистики: Критический анализ / Под ред. Я.Н. Засурского].

Раздел 3. Особенности современных СМИ зарубежных стран. Экономика СМИ.

Основные 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/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.

Рынок СМИ. Рыночная конкуренция и проблемы плюрализма СМИ. Основы экономики современного зарубежного производства. Важнейшие каналы финансирования СМИ. Реклама как основной источник доходов СМИ. Основные статьи доходов и расходов информационного производства.

Литература: [1: Вартанова Е.Л.], [3: Воскобойников Я.С., Юрьев В.К.], [4: Н.А. Голядкин], [5: Дэннис Э., Мэррил Д.], [6: Засурский И.И.], [27: Голованова Г.А.], [17: Андрунас Е.Ч.], [37: Рэндалл Д.].

Раздел 4. Регулирование деятельности СМИ

Законодательство о СМИ: общие принципы, особенности в отдельных странах. Государственный контроль аудиовизуальной сферы. Экономическая

политика государства в сфере печатных СМИ как форма сохранения плюрализма СМИ. Особенности национального законодательства, касающегося СМИ, в западноевропейских странах и США. Принципы и формы взаимодействия СМИ с тремя ветвями власти в западных демократиях. Методы административного воздействия на журналистику. СМИ и судебная власть государства. Формы взаимодействия правительств со СМИ: пресс-конференции, брифинги, утечка информации. Проблема законодательного регулирования деятельности СМИ международными организациями. Важнейшие международно-правовые документы, касающиеся СМИ. Вопросы деятельности СМИ в Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод и в законодательстве Европейского экономического сообщества. СМИ в объединяющейся Европе: обновление законодательства на международном уровне.

Саморегулирование в СМИ. Этические нормы журналистики западных стран. Профессиональные и этические кодексы журналистов. Деятельность Советов по печати, омбудсменов как форма внутреннего контроля в зарубежной журналистике.

Литература: [29: Законодательство о средствах массовой информации: Учебно-практич.матер. / Под ред. А.Г.Рихтера], [30: Иवानян Э.А.], [40: Уллмен Д.].

Раздел 5. Профессиональные аспекты деятельности зарубежных СМИ

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. Концепция объективности информации. Границы объективности. Проблемы стереотипизации в зарубежных СМИ. Массовая культура в процессе глобализации СМИ. Новые

профессиональные требования, предъявляемые к журналистам в связи с развитием информационных и коммуникационных технологий. Интернет и профессия журналиста.

Литература: [8: Землянова Л.М], [16: Андрунас Е.Ч.], [5: Дэннис Э., Мэррил Д.], [13: Реддик Р., Кинг Э.], [11: От книги до Интернета.], [36: Михайлов С.А.], [32: Коппервуд Р., Нельсон Р.П.].

3. Содержание лекций

Лекция № 1: Роль информации в современном обществе. Характер СМИ в информационном обществе.

Понятия «информационный поток» и «информационное поле». Понятия «целевая аудитория» и «массовый информационный поток». Интернет и информационные агентства как главные создатели современного информационного потока. Виды информационных потоков. Особенности современного информационного потока глазами его исследователей. Понятие «информационное общество». Вариант развития информационного общества в теории американского социолога Алвина Тоффлера и содержание его понятия «третья волна» в развитии техники и технологии. СМИ и информационное общество. Организаторы современного массового информационного потока – информационные агентства, пресс-секретари, пресс-службы, ПР-агентства. Зарубежная журналистика и техника.

Лекция № 2: Концепции СМИ в зарубежной науке.

Управленческие концепции СМИ. Уолтер Липпман и его книга «Общественное мнение». Коммуникативные концепции СМИ: трактовка прессы как своеобразного языка массового общества. Трактовка СМИ как «четвёртой власти» У. Росту, Д. Белла, Э. Багерстама. Понятие «демократура прессы» в концепции Ж. Мериме. Концепции прессы как орудия классовой борьбы в классовом обществе. Журналистика как самостоятельное социальное явление в концепциях «дерегуляции прессы» Дж. Танстелла и «конкретно

социологических» концепциях П. Лазерфельда и П. Годе. Концепция СМИ как «привратника» в работах американского социолога Курта Левина. Содержание понятие «медиалогия» в современных зарубежных исследованиях СМИ.

Лекция № 3: Четыре теории прессы и проблема социальной ответственности СМИ в зарубежной науке.

История формирования теорий: первое компаративное описание основных теорий прессы Фредерика Сиберта, Теодора Питерсона и Уилбура Шрамма. Авторитарная теория, либертарианская теория, теория социальной ответственности СМИ, коммунистическая теория прессы: основные постулаты теорий. Достоинства и недостатки теорий

Акцент на праве общаться в теории для медиа периода развития. Непринятие коммерциализации и монополизации частных медиа в теории демократического участия (партиципаторная теория).

Лекция № 4: Экономика современных зарубежных СМИ

Финансовые источники СМИ. Предназначение рекламы и выбор рекламодателем СМИ. Критика рекламы. Политика СМИ и реклама. Экономика газеты. Экономика телевидения. Экономика радио. Стратегии конкуренции: слияние, понижение цен, расширение тематической структуры, использование агрессивного маркетинга. Потребительский журнал как новый феномен современных зарубежных СМИ. Интернет и экономика СМИ.

Лекция № 5: Теории пропаганды и концепция массового общества.

Предпосылки появления теории массового общества. Оценка СМИ как причины и хранителя массового общества. Теории пропаганды и оценка в них роли СМИ. Сила военной пропаганды как свидетельство справедливости выводов, сделанных теоретиками пропаганды. Теория «магической пули» как отражение взглядов на роль пропаганды в обществе. Содержание концепций пропаганды Гарольда Лассуэла, Уолтера Липпманна, Джона Дьюи.

Лекция № 6: Современные массовые журналы США и Западной Европы.

Предпосылки появления современного типа массовых иллюстрированных журналов. Современный деловой журнал. Журналы-дайджесты. Научно-популярный познавательный журнал. Оформление журналистики в XX веке как особой сферы профессиональной деятельности.

Лекция № 7: Реклама и характер прессы XX века. Бесплатные газеты XX века. Кризис печати и государственная поддержка прессы.

Предпосылки появления информационно-рекламных газет, бесплатно распространяемых в общественных местах. Газета «Метро» и её аналоги. Сокращение тиражей ежедневных газет в к. 20 в. Кризис газетной прессы и система государственной поддержки прессы. Критика государственной политики поддержки прессы современными частными СМИ.

Лекция № 8: Анализ новостей в современных зарубежных исследованиях о СМИ.

Методы изучения новостей. Общая характеристика новостей Роберта Парка. Стабильность и предсказуемость общей структуры новостей. Способы манипулирования новостным содержанием в современной зарубежной журналистике (персонификация, фрагментация, нормализация). Новости как дискурс.

Лекция № 9: Современные зарубежные теории взаимодействия СМИ и культуры.

Специфика культурологического анализа роли СМИ. Символический интеракционизм как реакция на теории пропаганды (теория магической пули и т.п.). Теория ритуала как оценка культурной миссии массовой коммуникации. Теория социального конструирования реальности. Концепция анализа фреймов Ирвинга Гофмана как систематическое исследование использования ожиданий в повседневной практике.

Лекция № 10: Практика зарубежных СМИ: состояние и перспектива развития.

Направления современной зарубежной журналистики: «общественная журналистика», исследовательская и расследовательская журналистика; пресса как общественно-политическая сила. Основные категории ежедневной прессы: массовая пресса, качественная пресса, качественно-массовая пресса, специализированная пресса. Место специализированной периодики в прессе США. Деловые издания США: научно-технические издания, учрежденческие издания, торговые издания, профессиональные и общеделовые издания. Профсоюзная печать и её политизация в современных зарубежных СМИ. Военная печать США. Религиозная пресса США и феномен «электронной церкви» телеевангелиста Роберта Робертса.

Лекция № 11: Специфика и приёмы телепрограммирования в США.

Содержание трёх главных принципов сетевого телепрограммирования в США: серийности, наглядности и ориентации на рейтинг. Приоритеты в составлении сетки вещания – способы расположения передач в оптимальной взаимозависимости: «Лид-ин», «Гамак», «Гент», «Блочное программирование», «Стриппинг» (Лента), «Тай-ин» (Связка). Творческие аспекты программирования: приём «Сигнал» («Пилот»), приём «Ответвления» («Имитации»), приём «Клиффхэнгер» («Над пропастью»), приём радостного или интригующего Финала боевика, приём «Возвращение». Принципы взаимодополняемости, дублирования и контрпрограммирования в многоканальном вещании как способы конкурентоспособности канала.

Лекция № 12: Средства массовой коммуникации и контексте постмодернизма.

Постмодерн как новое качество современности; рост влияния массовой коммуникации, как важнейшая особенность постмодерна. Постмодернизм как специфический способ понимания нового состояния мира – постсовременности. Новое измерение времени и пространства в постсовременности – «виртуальное» время и пространство. Опосредованность опыта современного человека: огромное количество «образных посредников», формируемых массовой коммуникацией. Рассмотрение средств массовой коммуникации как ведущего фактора культурной эволюции в работах Гарольда Инниса и Маршалла Маклюэна. Содержание понятия «большая деревня» М. Маклюэна. Популярность концепции «горячих» и «холодных» медиа М. Маклюэна. Оптимизм М.Маклюэна и пессимизм критиков медиа. Ценность идей М. Маклюэна для современной журналистики.

Лекция № 13: Регулирование деятельности средств массовой информации.

Законодательство о средствах массовой информации: общие принципы, особенности в отдельных странах. Государственный контроль аудиовизуальной сферы. Экономическая политика государства в сфере печатных СМИ как форма сохранения плюрализма средств массовой информации. Методы административного воздействия на журналистику. Проблема законодательного регулирования деятельности средств массовой информации международными организациями. Вопросы деятельности СМИ в Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод в законодательстве Европейского экономического сообщества. Проблема доступа к информации в различных странах. Важнейшие национальные законодательные акты, регулирующие доступ к информации.. Этические нормы журналистики западных стран. Профессиональные и этические кодексы журналистов. Деятельность Советов по печати и омбудсменов как форма внутреннего контроля в зарубежной журналистике.

Лекция № 14: Зарубежные средства массовой информации и основные политические институты демократического общества.

Политические партии и журналистика. Экономические и социальные причины кризиса системы партийной печати в развитых западноевропейских странах. Церковь и СМИ. Церковная и клерикальная журналистика. Освещение жизни церкви в общеполитических СМИ. СМИ и политика. СМИ и межнациональные конфликты. Журналисты в горячих точках. СМИ в международных отношениях.

4. Лабораторные работы

1. Характер СМИ в информационном обществе. Новые информационные технологии и СМИ. (4ч.)

Вопросы

1. Сформулируйте своё понимание того, как технические изменения воздействуют на прессу и вещание?

2. Возможно ли (и нужно ли) подвергать цензуре или каким-либо иным способом ограничивать информацию, распространяемую через Интернет?

3. Как вы оцениваете воздействие новостей в реальном режиме времени на общественное мнение и процессы принятия политических решений – как позитивное или негативное? Приведите примеры в подтверждение своей точки зрения.

Тематика рефератов

1. Новые технологии сбора, распространения и хранения информации как фактор, определяющий развитие СМИ

2. Проблемы финансирования и законодательного регулирования деятельности Интернета.

3. Традиционные СМИ в Интернете. Преимущества виртуальных СМИ по сравнению с традиционными СМИ.

4. Новая журналистика: новые методы и формы работы журналистов в сетях он-лайн.

Литература

1. Вартанова Е.Л. К чему ведёт конвергенция СМИ? // Информационное общество. – 1999. – № 6.
2. Вороненкова Г.Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества. (Национальное своеобразие средств массовой информации Германии.) – М., 1999. – Ч. 5. – Гл. 3.
3. Засурский Я.Н. Журналистика и мир на рубеже тысячелетий // От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия. / Отв. Ред. Я.Н. Засурский, Е.Л. Вартанова. – 1999. – № 1.
4. Засурский Я.Н. Информационное общество и средства массовой информации // Информационное общество. – 1999. – №1.
5. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций. – М.: Изд-во МГУ, 1999.

6. Мелюхин И.С. Информационное общество: истоки. Проблемы, тенденции развития. – М.: Изд-во МГУ.1999.

2. Современные зарубежные теории средств массовой информации.(2ч.)

Вопросы

1. В чём на ваш взгляд заключается ценность предложенных Ф.Сибертом, Т. Питерсоном и У. Шраммом теорий прессы – авторитарной, либертарианской, коммунистической, социальной ответственности?
2. Охарактеризуйте кратко содержание теории для медиа периода развития и теории демократического участия.
3. Сформулируйте ваше отношение к трактовке роли СМИ в постмодернистской теории общества и теории информационного общества.

Литература

1. Буржуазные теории журналистики: Критический анализ / Под ред. Я.Н. Засурского. М., 1980.
2. Засурский И.И. Масс-медиа второй республики. – М., 1997.
3. Землянова Л.М. Зарубежная коммунистическая в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций. – М.: Изд-во МГУ, 1999.
4. Землянова Л.М. современная американская коммуникативистика. Теоретические концепции. Проблемы, прогнозы. – М.. 19995.
5. МакКуэйл Д. Свобода печати никогда не была застывшим понятием // Вестн. Моск. Ун-та. Сер. 10, журналистика. – 1995. – № 2. – С. 54 – 60.
6. Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т., Четыре теории прессы. – М., 1988.

3. Экономика средств массовой информации.(6ч.)

Вопросы

1. Назовите финансовые источники существования основных СМИ. В чём заключается специфика экономики газеты?

2. Препятствует ли реклама конкуренции в СМИ или, напротив, благоприятствует ей?

3. Назовите способы, при помощи которых государство осуществляет контроль над СМИ? Что означает принятая в Великобритании концепция «вещания в интересах общества»?

4. Должны ли собственники СМИ «действовать ответственно» и что именно это означает на практике?

5. Как, по вашему мнению, «охота на читателя» отражается на качестве прессы? Какие экономические факторы объясняют то. Почему одна газета подчас столь сильно отличается от другой?

6. Каковы перспективы общественного вещания в эру наступающего «узкого вещания» и множественности каналов передачи информации?

7. Проанализируйте деятельность какой-нибудь медиакомпании, обратите внимание не только на то, в какой сфере массовой информации она работает, но и на то, что именно она делает в этой сфере.

Тематика рефератов

1. Традиционные источники финансирования СМИ и основные направления их трансформации в современных зарубежных СМИ?

2. Плюсы и минусы концентрации зарубежных средств массовой информации в условиях рыночной экономики.

3. Правовые и экономические аспекты спонсорства аудиовизуальных средств массовой информации.

Литература

1. Вартанова Е.Л. Северная модель в конце столетия. Печать, телевидение и радио стран Северной Европы между государственным и рыночным регулированием. – М.,1997. – Ч.1.
2. Власов Ю.М. Средства массовой информации и современное буржуазное государство. – М.. 1985.
3. Дэннис Э., Мэррил Д. Беседы о масс-медиа. – М., 1997.
4. Журналистика в буржуазном обществе / Под ред. Я.Н. Засурского. – М., 1976.
5. Засурский Я.Н. Журналистика и мир на рубеже тысячелетий // От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия / Отв. Ред. Я.Н. Засурский, Е.Л. Вартанова. – М., 2000.
6. Засурский Я.Н. Не поучиться ли у Мэрдока? // Правда. – 1990. – 28 мая. – С. 5.

4. Регулирование деятельности средств массовой информации.(10ч.)

Вопросы

1. Перечислите общие принципы законодательства о средствах массовой информации в зарубежных странах?
2. Как экономическая политика государства в сфере печатных СМИ влияет на плюрализм средств массовой информации?
3. Перечислите особенности законодательства, касающегося средств массовой информации, в западноевропейских странах и США?
4. Назовите формы взаимодействия правительств со средствами массовой информации?
5. Назовите важнейшие международно-правовые документы, касающиеся средств массовой информации?

6. Как осуществляется процесс саморегулирования в СМИ зарубежных стран? Какова роль профессиональных и этических кодексов журналистов в осуществлении саморегулирования в СМИ?

Тематика рефератов

1. Правовой статус зарубежных СМИ: коммерческой прессы, коммерческого телевидения и радиовещания, общественно-правовых аудиовизуальных средств массовой информации, государственного ТВ и радио.

2. Законодательное регулирование содержательной стороны зарубежной журналистики.

3. Административное регулирование содержательной стороны зарубежной журналистики.

4. Государственные органы регулирования аудиовизуальных средств массовой информации, структура, функции, практика (на примере одной из стран).

5. Воздействие зарубежной журналистики на государство.

6. Саморегулирование западной журналистики. Этические и профессиональные кодексы зарубежных журналистских организаций.

7. Политические партии и СМИ. Система дотаций органам политических партий в странах Западной Европы.

Литература

1. Всеобщая декларация прав человека // Литературная газета. – 1989. – 25 января. – С. 14.
2. Гомиен Д. Комментарий к «Европейской конвенции о защите прав человека». – Совет Европы, 1995.
3. Денис Э., Мэррил Д. Беседы о масс-медиа. – М., 1997.

4. Законы и практика средств массовой информации в Европе, Америке и Австралии. Сравнительный анализ. АРтиКль XIX. – М., 1996.
5. Законодательство о средствах массовой информации: Учебно-практич. Матер. / Под ред. А.Г. Рихтера. – М., 1999.
6. Совещание по безопасности и сотрудничеству в Европе: заключительный акт. – Хельсинки. 1975. – Разд. II. Информация.
7. Современное право средств массовой информации в США / Под ред. А.Г. Рихтера. – М., 1997.
8. Франция: Общие сведения о праве по вопросам печати. – М., 1995 (Российско-французская серия «Информационные и учебные материалы».)
9. Энтин В.Л. Правовое регулирование деятельности прессы за рубежом. Обзор законодательных документов. – М., 1992.

5. Профессиональные аспекты деятельности зарубежных СМИ.(10ч.)

Вопросы

1. Перечислите основные особенности телепрограммирования в США. Раскройте содержание трёх принципов сетевого телепрограммирования: серийности, сезонности и ориентации на рейтинг.
2. Сформулируйте своё отношение к проблеме стереотипизации в зарубежных СМИ.
3. Назовите выводы Роберта парка, сделанные им при анализе специфики новостей.
4. Назовите известные вам приёмы составления сетки вещания на ТВ США.
5. В чём заключается специфика зарубежной концепции объективности информации?

6. Какими новыми профессиональными качествами должен сегодня обладать журналист, в связи с развитием информационных и коммуникационных технологий?

7. Какие требования к журналисту предъявляет Интернет?

Тематика рефератов

1. Типология зарубежной ежедневной прессы: газеты качественные, массовые, качественно-массовые (на примере одной страны).

2. Типология зарубежных журналов (на примере одной из стран).

3. Типология телевизионных программ в зарубежных странах.

4. Информационные агентства в системе зарубежных СМИ.

5. Новые информационные технологии и развитие современных систем СМИ зарубежных стран.

6. Интернет как основа будущего информационного общества.

7. Интернет как новое СМИ.

8. СМИ в Интернете: зарубежный опыт.

9. Современные тенденции развития зарубежных концепций СМИ.

Литература

1. Власов Ю.М. Пропаганда за фасадом новостей. – М., 1976.

2. Воскобойников Я.С., Юрьев В.К. Журналист и информация. Профессиональный опыт западной прессы. – М., 1993.

3. Дэннис Э., Мэррил Д. Беседы о масс-медиа. – М., 1997.

4. Коппервуд Р., Нельсон Р.П. Как преподносить новости. – М.: НИП, 1997.
5. Рэддик Р., Кинг Э. журналистика в стиле он-лайн. – М., 1999.
6. Рэндалл Д. Универсальный журналист. – Великий Новгород; СПб., 1999.
7. Справочник для журналистов стран Центральной и Восточной Европы. – М., 1993.
8. Техника дезинформации и обмана / Под ред. Я.Н. Засурского – М., 1978.
9. Уллмен Д. Журналистские расследования: современные методы и техника. – М.: НИП, 1998.

5. Список текстов для самостоятельного изучения

1. Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т., Четыре теории прессы. – М., 1988.
2. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. – М., 1972 (или любое другое издание).
3. Дэннис Э., Мэррил Д. Беседы о масс-медиа. – М., 1997
4. Рэддик Р., Кинг Э. Журналистика в стиле он-лайн. – М., 1999.
5. Коппервуд Р., Нельсон Р.П. Как преподносить новости. – М.: НИП, 1997.
6. Лассвелл Г. Структура и функции коммуникации в обществе. / М.М. Назаров. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – М., УРСС, 1999.
7. Томпсон Дж. Б. Идеология и современная культура. / М.М. Назаров. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – М., УРСС, 1999.

8. Постман Н. «А теперь... о другом...» / М.М. Назаров. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – М., УРСС, 1999.
9. Курран Дж. Медиа и демократия: переосмысление. / М.М. Назаров. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – М., УРСС, 1999.
10. Карлсон Дж. Телевизионное развлечение и политическая социализация. / М.М. Назаров. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – М., УРСС, 1999.

6. Вопросы к экзамену

1. Зарубежные концепции взаимодействия прессы и политических институтов общества.
2. Принцип свободы слова в зарубежных СМИ: теории свободы печати и практическая реализация принципа. Практика открытой и скрытой цензуры и её теоретические обоснования.
3. Роль информации в современном обществе. Характер СМИ в информационном обществе.
4. Экономика СМИ: финансовые источники, специфика экономики различных СМИ. Роль рекламы как финансового источника.
5. Экономика газеты: специфика и стратегии конкуренции.
6. Четыре теории прессы Ф. Сиберта, Т. Питерсона, У. Шрамма: история формирования теорий и их значение. Недостатки и достоинства теорий.
7. Философские предпосылки и основные постулаты авторитарной теории прессы.
8. Либертарианская теория: философские основания и основные идеи. Функции СМИ с точки зрения либертарианской теории. Недостатки и достоинства теории.

9. Теория свободы и ответственности прессы. Факторы, способствующие появлению теории. Требования к современным СМИ с точки зрения теории социальной ответственности. Новаторский характер теории. Проблема практической реализации и жизнеспособности теории. Причины падения её престижа на Западе.
10. Марксистские истоки коммунистической теории прессы. Различия между советской традицией и традицией зарубежной прессы с точки зрения авторов теорий.
11. Понятие «медиаполитика» в зарубежной журналистике. Цель и задачи медиаполитики. Кто разрабатывает медиаполитику.
12. Зарубежная журналистика и техника.
13. Основные направления современной зарубежной журналистики: аналитическая журналистика, исследовательская и расследовательская журналистика.
14. Основные тенденции развития печати в индустриально развитых странах.
15. Дифференциация зарубежной журналистики на примере специализации прессы США.
16. Деловые издания США.
17. Американская профсоюзная печать.
18. Военная печать США.
19. Религиозная пресса США.
20. Глобальное информационное пространство: условия возникновения и социальные последствия. Роль зарубежных информационных агентств. Мировые
21. Глобальное информационное пространство: условия возникновения и социальные последствия. Роль Интернета.

22. Современные массовые журналы США и Западной Европы.
23. Реклама и характер прессы XX века. Бесплатные газеты XX века.
24. Анализ новостей в современных зарубежных СМИ.
25. Современные теории взаимодействия СМИ и культуры.
26. Теории пропаганды и массовое общество.
27. Телепрограммирование в США: специфика и приёмы.
28. Средства массовой коммуникации в контексте постмодернизма: анализ роли способов коммуникации в концепциях Г. Инниса и М. Маклюэна.
29. Правовое регулирование деятельности современных зарубежных СМИ.
30. Зарубежные СМИ и основные политические институты демократического общества.

8. Литература

Основная литература:

1. Вартанова Е.Л. Северная модель в конце столетия. Печать, телевидение и радио стран Северной Европы между государственным и рыночным регулированием. – М., 2000.
2. Вартанова Е.Л. Финская модель на рубеже столетий. Информационное общество и СМИ Финляндии в европейской перспектив. – М., 2000.
3. Землянова Л.М. Современная американская коммуникативистика. теоретические концепции, проблемы, прогнозы. – М., 2002.
4. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций. – М. Изд-во МГУ, 2003.
5. От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия. / Отв. ред. Я.Н.Засурский, Е.Л.Вартанова. – М. 2000.

Дополнительная литература

Книги, монографии, учебные пособия:

6. Андрунас Е.Ч. Бизнес и пропаганда – М. 1986.
7. Андрунас Е.Ч. Информационная элита: корпорации и рынок новостей. – М. 1991.
8. Багдикян Б. Монополия средств информации. – М. 1987.
9. Беглов С.И. Монополии слова. – М. 1972.
10. Беглов С.И. Британская печать на исходе века. – М. 1995.
11. Беглов С.И. Империя меняет адрес. – М. 1997.
12. Буржуазные теории журналистики: Критический анализ / Под ред. Я.Н.Засурского, – М. 1980.
13. Власов Ю.М. Средства массовой информации и современное буржуазное государство – М. 1985.
14. Воскобойников Я.С., Юрьев В.К. Журналист и информация. Профессиональный опыт западной прессы. – М., 1993.
15. Власов Ю.М. Пропаганда за фасадом новостей. – М. 1976.
16. Вороненкова Г.Ф. Средства массовой информации Германии в 90-е гг. – М. 1998.
17. Гейтс Б. Дорога в будущее. – М. 1996.
18. Голованова Г.А. Печать США в начале 90-х годов. – М. 1996.
19. Гоуайзер Ш., Уитт Э. Путеводитель журналиста по опросам общественного мнения. – М. 1997.
20. Засурский И.И. Масс-медиа второй республики. – М., 1999.
21. Законодательство о средствах массовой информации: Учебно-практич.матер. /Под ред. А.Г.Рихтера. – М. 1999.
22. Иванян Э.А. От Джорджа Вашингтона до Джорджа Буша: Белый дом и пресса. – М. 1991.
23. Каппон Р. Слово, или как профессионально писать для Ассошиэйтед Пресс - М.: ТАСС, 1995.
24. Коппервуд Р., Нельсон Р.П. Как преподносить новости. – М. 1997.
25. Лебедева Т.Ю. Искусство обольщения. Паблик рилейшнз по-французски. Концепции. Практика – М., 1996.
26. Любимов Б.И. Семьдесят лет британского вещания. Краткая история радиовещания и телевидения Великобритании. – М., 1995.
27. Мицкевич Э., Файерстоун Ч. Телевидение и выборы – М., 1993.
28. Михайлов С.А. Современная зарубежная журналистика: состояние, перспективы. / Учеб.пособ. – СПб. 1998.
29. Мелюхин И.С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. – М: Изд-во МГУ, 1999.
30. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – М.: УРСС, 1999.
31. Реддик Р., Кинг Э. Журналистика в стиле он-лайн. – М., 1999
32. Рэндалл Д. Универсальный журналист – Великий Новгород, СПб. 1999.
33. Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. – М. 1998.

34. Справочник для журналистов стран Центральной и Восточной Европы. – М. 1993.
35. Сегела Ж. Национальные особенности охоты за голосами: Так делают президентов – М: Вагриус, 1999.
36. Техника дезинформации и обмана / Под ред. Я.Н.Засурского – М. 1978.
37. Уллмен Д. Журналистские расследования: современные методы и техника – М. 1998.
38. Урина Н.В. Средства массовой информации Италии – М. 1996.
39. Шарончикова Л.В. Печать Франции (1980-1990) – М. 1995.
40. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием – М. 1972 (или любое другое)
41. Воскобойников Я.С., Юрьев В.К. Журналист и информация. Профессиональный опыт западной прессы. – М., 1993.
42. Н.А. Голядкин Телепрограммирование в США: Специфика и приёмы./ Учеб.пособ. – М. 1997.
43. Дэннис Э., Мэррил Д. Беседы о масс-медиа. – М., 1997. (издание).

Статьи в журналах:

44. Вартанова Е.Л. Газета и ЭВМ. Некоторые аспекты взаимоотношений между современной компьютерной техникой и ежедневной печатью Запада // Вестник МГУ, Сер.10, Журналистика – 1988, № 2.
45. Вартанова Е.Л. Европейский Союз в поисках информационного общества // Вестник МГУ. Сер.10, Журналистика – 1998. № 2, 3.
46. Вартанова Е.Л. Универсальная общественная служба в информационном обществе: новое прочтение проблемы доступа // Вестник РФФИ – 1999, № 3
47. Засурский Я.Н. Не поучиться ли у Мэрдока? // Правда – 1990, 28 мая – С.5.
48. Засурский Я.Н. Журналистика в переходный период // Вестник МГУ, Сер.10, Журналистика – 1997, № 5.
49. Мак-Куэйл Д. Свобода печати никогда не была застывшим понятием // Вестник МГУ, Сер.10, Журналистика – 1995, № 2.
50. Материалы о зарубежных СМИ в 1990-2002 гг. // Вестник МГУ, Сер.10, Журналистика – 1991-2002, № 4-6.
51. Мелюхин И.С. Интернет и правовое регулирование // Законодательство и практика средств массовой информации. – 1996, № 12.
52. Павликова М.М. Финские редакции в период интернетизации // Вестник МГУ, Сер.10.Журналистика – 2000, № 1.

ТЕСТ для самоконтроля

Инструкция: Предложенный Вам тест служит для проверки остаточных знаний. Данный тест может входить в состав комплексного по всему спектру проблем

зарубежной журналистики. Возможно дробление заданий на варианты. Вопросы теста предусматривают как открытую форму (то есть не содержат вариантов ответа, тогда вам надлежит дать формулировку ответа в свободной форме, но как можно четко), так и закрытую (то есть вам надлежит выбрать один из предложенных ответов, предложить свой вариант или указать те варианты, которые при объединении могут дать правильный ответ).

В О П Р О С Ы

1. Назовите основные признаки мирового информационного агентства

Какие информационные агентства являются мировыми?

- а) "Рейтер" б) "Юнайтед Пресс Интэрнэшнл"
в) ЮСИА г) "Франс Пресс"
д) "Дойче Пресс-Агентур"

2. Что такое демассифицированная журналистика...

- а) журналистика элитарного характера, предназначенная только для избранных;
б) аудитория которой сама манипулирует информационными средствами, превратившись из потребителя в производителя;
в) журналистика в мировой сети;
г) _____

3. В чем заключается "александрийский принцип" в печатной культуре...

- а) соответствие книжной продукции классическим законам красоты;
б) возврат от многотиражного книгоиздательского дела к моновариантности электронных текстов;
г) _____

4. Какие крупные телекомпании США входят в, так называемую, "большую тройку..."

- а) Висньюс; б) Си-эн-эн;
в) Эй-би-си; г) Си-би-эс;
д) Эн-би-си; е) _____

5. В чем заключается специфика антологических серий как жанра телевизионной драматургии...

- а) продолжительный сюжет, охватывающий все стороны жизни семьи, круга лиц за большой отрезок времени;

- б) разнообразие тем и сюжетов, не связаны в своей композиции условиями завершения действия и оставляют возможность его развертывания по разным направлениям;
- в) собрание завершенных серий, объединенных общей идеей и темой;
- г) _____
6. Чем занимаются компании "А.К.Нильсен" и "Арбитрон"?
- а) обслуживание компьютерных сетей;
- б) распространением печатной продукции;
- в) рейтинговой популярностью телепрограмм;
- г) _____
7. Что включается в понятие "аудиовизуальный ландшафт в демократическом обществе", которое ввели эксперты Парламентской ассамблеи Совета Европы....
- а) сектор общественной службы;
- б) сектор политических организаций, партий;
- в) государственный сектор;
- г) коммерческий сектор;
- д) локальный и региональный компонент;
- е) _____
8. Реклама в стиле "хайп" - это...
- а) яркая, броская и запоминающаяся;
- б) эпатирующая, провоцирующая на действия;
- в) беззастенчивое надувательство;
- г) _____
9. В США гарантом свободы информационной деятельности является...
- а) Президент;
- б) Парламент;
- в) первые десять поправок к Конституции;
- г) Федеральная комиссия по связи;
- д) _____
10. Какое значение придавал Г.М.Маклюэн понятию "глобальная деревня"
- а) деградация городского населения благодаря воздействию СМИ;
- б) новая телевизионная общность зрителей планетарного масштаба;
- в) стирание понятий города и деревни благодаря Интернет;
- г) _____

11. Доктрина транснационального свободного потока предусматривает...
- а) право США направлять продукцию своих информационных монополий в любые страны и регионы мира, не считаясь с тем, что это может ущемлять их национальные интересы;
 - б) позиция сторонников движения за Новый международный информационный порядок;
 - в) противодействие информационной экспансии США со стороны стран "третьего мира";
 - г) _____
12. Лозунг "Думай глобально, действуй локально" принадлежит представителям...
- а) экологического журнализма;
 - б) джазового журнализма;
 - в) демассифицированной журналистики;
 - г) журнализма во имя всеобщего благоденствия;
 - д) _____
13. Журналистский джингоизм - это...
- а) деятельность журналистов, придерживающиеся националистических устремлений инициаторов межэтнических конфликтов;
 - б) деятельность журналистов, придерживающихся гуманистических взглядов - "журналистика во имя всеобщего благоденствия";
 - в) формат музыкального радиовещания;
 - г) _____
14. Золотой век радио в США приходился на период...
- а) 1930-1940-е гг.;
 - б) 1960-1970-е гг.;
 - в) 1970-1980-е гг.
15. Инсайдер - это...
- а) журналист, входящий во влиятельные структуры и имеющий доступ к закрытой информации;
 - б) журналист-международник;
 - в) информационный террорист, провокатор...
 - г) _____
16. Федеральное внешнеполитическое информационно-пропагандистское агентство, занимающееся информированием правительства США о восприятии страны за рубежом и распространением там информации о США, называется...

- а) ЮПИ;
- б) ЮСИА;
- в) Ассшиэйтед Пресс;
- г) _____

17. Коммуникационная олигополия - это...

- а) тип рыночной структуры в сфере коммуникации и информации, делающий возможной крупным монопольным компаниям договариваться о выгодных связях для контроля над производством и распространением информационной продукции;
- б) тип рыночной структуры, который контролирует за ценами в сфере коммуникаций на информационный продукт;
- в) единоличный поставщик средств коммуникации государственным структурам власти;
- г) _____

18. Сеть кабельного вещания новостей, основанная Тедом Тернером в 1980 году с целью круглосуточной передачи информации через спутниковые линии связи практически на весь мир - это...

- а) Си-эн-эн;
- б) SMATV;
- в) HSN;
- г) _____

19. Омбудсмен - это...

- а) специалист в области соблюдения прав и свобод граждан и их нарушения СМИ;
- б) специалист, поддерживающий в СМИ соблюдение общественной морали и нравственных ценностей;
- в) _____

20. В чем заключается...

- а) Точка зрения развивающихся стран "третьего мира" на деятельность СМИ: _____

- б) Точка зрения стран Запада - "первого мира" на СМИ: _____

21. Международная телесеть Eurovision, охватывающая западноевропейские страны, создана в рамках Европейского союза вещания в...

- а) 1949 г.
б) 1954 г.
в) 1966 г.
22. В 1975 г. в США появился, так называемый, "семейный час" - когда показываемые программы по телевидению доступны для просмотра всеми возрастными группами. Какой это период?
- а) с 18.00 до 19.00;
б) с 19.00 до 20.00;
в) с 20.00 до 21.00;
23. Самая крупная вещательная организация Японии - это...
- а) "Денцу инк";
б) "Эн-эйч-кей";
в) "Japan Cable Network";
г) "Джапан";
д) "Нипон";
е) _____
24. Non-Alignet News Pool - Пул информационных агентств неприсоединившихся стран был создан...
- а) в 1948 г.;
б) в 1965 г.;
в) в 1975 г.
25. Старейшая воскресная влиятельная общенациональная газета Великобритании, основанная в 1791 г., выражающая интересы средней и мелкой буржуазии и части интеллигенции называется _____
26. Ежегодная премия, присуждаемая за выдающиеся достижения в области литературы или журналистики, установленная в соответствии с завещанием крупного американского газетного издателя, называется...
- а) премия Полока;
б) премия Пулитцера;
в) премия Форда;
г) _____
27. Система дополнительного телевизионного обслуживания, заключающаяся в передаче текстовой, графической и другой информации по запросу абонента и вывода этой информации на экран домашнего телевизора. Примерами таких

систем могут служить "Кьюб" США, "Вьюдейта" Великобритания, "Телидон" Канада. Данный тип телевизионных систем называют...

- а) спутниковыми;
- б) глобальными;
- в) интерактивными;
- г) _____

28. Как называется ежедневная газета крайне правого направления, основанная известным южнокрейским проповедником Мун Сен Мёном в 1982 г., выходящей 100-тысячным тиражом?

- а) "Крисчен сайенс монитор";
- б) "Вашингтон Таймс";
- в) "Америка";
- г) "Ордин";
- д) "Католик дайджест"

29. "Электронная церковь" - это...

- а) страничка соответствующей направленности в Интернете;
- б) сетевое издание данного вероучения;
- в) система сетевых и электронных изданий;
- г) телестудия, которая используется в качестве амбона;
- д) _____

30. Самый большой в мире объем передач для зарубежной аудитории у радиостанции ...

- а) "Радио Ботсваны";
- б) Би-би-си;
- в) "Радио Свобода";
- г) "Немецкая волна";
- д) "Голос Америки";
- е) _____

31. В 1990 году, после объединения двух Германий, радиостанции ГДР вошли в систему консорциума _____

32. Назовите четыре основных принципа французского вещания

33. В новой структуре французского вещания осталось одно централизованное подразделение общественного характера - это...

- а) "Радио Франс";

- б) "Франс Кюльтюр";
- в) "Европа 1";
- г) _____

34. Общественное радиовещание Великобритании - Би-би-си работает на пяти каналах круглосуточно. Определите каждый канал в каком работает в формате...

- | | |
|----------------|------------------------------------|
| а) "Рейдио -1" | информационно спортивная станция |
| б) "Рейдио -2" | легкая программа |
| в) "Рейдио -3" | внутренняя программа |
| г) "Рейдио -4" | трансляция поп-музыки для молодежи |
| д) "Рейдио -5" | классическая музыка |

35. Электронные СМИ зарубежные исследователи делят программы на функциональные типы. Назовите их.

- | | |
|-----------------|-----------------|
| а) новости; | д) религия; |
| б) политика; | е) развлечение; |
| в) образование; | ж) здоровье; |
| г) культура; | з) реклама. |

СОДЕРЖАНИЕ

1. Пояснительная записка	3
2. Содержание курса	4
3. Содержание лекций	7
4.Лабораторные работы	11
4.1 Характер СМИ в информационном обществе	11
4.2 Современные зарубежные теории СМИ	13
4.3 Экономика СМИ	13
4.4 Регулирование деятельности СМИ	15
4.5 Профессиональный аспект деятельности зарубежных СМИ	17
5. Список текстов для самостоятельного изучения	19
6. Вопросы к экзамену	20
7. Литература	22
8. Тест для самоконтроля	24

