

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ СОВРЕМЕННЫЕ МАССМЕДИА

Цель учебной дисциплины (модуля) «Современные массмедиа» состоит в том, чтобы рассмотреть современное состояние средств массовой информации.

Задачи учебной дисциплины (модуля):

- ознакомление с экономической составляющей современной журналистики
- формирование представлений о правовой и этической базе деятельности СМИ.
- анализ таких явлений, как концентрация СМИ, глобализация информационного поля
- знакомство с современными концепциями масс-медиа
- понимание психологии воздействия СМИ на аудиторию.

Темы в составе курса

1. Основные этапы истории СМИ от зарождения до конца XX в. Понятие информации и журналистики. Развитие технологий. Ведущие тенденции. Современное общество как постиндустриальное и информационное. СМИ в современной картине мира.

2. Экономика СМИ. Журналистская информация как товар. Основные концепции медиаэкономики. Историческая трансформация системы финансирования СМИ. Структура рынка СМИ. Национальные особенности современных рынков прессы. Экономические особенности радиоиндустрии. Модели организации телевизионной индустрии. Новые информационно-коммуникационные технологии и экономика традиционных СМИ. Интересы рекламодателей и требование объективности информации. Бюджет редакции современной газеты. Менеджмент и редакция. Менеджмент, этика и закон. Экономика онлайн-СМИ. Современные тенденции медиарынка: монополизация информации. Транснациональные медиаконцерны и последствия их деятельности: глобализация, стандартизация картины мира.

3. СМИ и государство. Законодательный и финансовый контроль над СМИ. Государственный капитал в медиаиндустрии. Проблемы доступа журналистов к официальной информации: государственная безопасность и требование гласности. Особенности национального законодательства о СМИ. Международное законодательство. СМИ как инструмент демократии. Политические партии и журналистика. СМИ и выборы. Приемы PR-технологий. «Грязные технологии». «Народная журналистика» и выборы. Журналистика и этика. Профессиональные этические кодексы. Разграничение частной и общественной информации.

4. Типологии СМИ: электронные (аудиовизуальные) и печатные; качественные, массовые и качественно-массовые. Тематические разновидности: деловая, специальная пресса и т.д.

5. Печатные СМИ сегодня. Кризис печати и пути его преодоления. Бесплатные издания. Современные принципы оформления газеты: рубрики и заголовки, шрифты и иллюстрации. Законы газетной фотографии. Сближение с визуальными СМИ. Интерактив в печатной журналистике. Печатные СМИ в сети Интернет.

6. Современное радиовещание и телевидение. Коммерческие, государственные и общественные станции. Специализация и поиск целевой аудитории. Формы интерактива. Радио и Интернет. Телевидение. Основные модели телевидения. Спутниковое и кабельное ТВ. Тенденция к индивидуализации вещания. Опыт американского новостного канала CNN. Телевидение и церковь: феномен телеевангелистов как прибыльной индустрии. Психологи о воздействии телевидения. Перспективы развития цифрового ТВ.

7. Интернет как последнее по времени появления СМИ. Из истории появления и распространения. Проблема статуса он-лайн журналиста. Этические проблемы выступлений в Сети. Законодательное урегулирование деятельности Интернета. Жанровые разновидности сетевой журналистики. Конвергенция СМИ на основе Интернета. Прогнозы развития сетевой

журналистики.

8. Новые технологии и СМИ. Дигитализация информации. Переизбыток информации, зависимость от СМИ и другие негативные последствия внедрения новых технологий. Проблема стереотипизации. Обратная связь с потребителями информации. Прогнозы развития СМИ.

9. Формы, методы и приемы информационного воздействия на аудиторию. Сенсационность и способы привлечения внимания к информации. Борьба за рейтинг и удовлетворение массового вкуса. Современная журналистика как профессия. Общественный статус, функции, необходимые умения и знания. Информационные агентства и их типология. Инфраструктура СМИ. Пресс-синдикаты. Рекламные агентства. Глобализация рекламной деятельности. Политическая реклама.

10. Научные разработки в области СМИ: технологии опросов общественного мнения. Маркетинговые исследования рынка СМИ. Психология восприятия СМИ и рекламы потребителями.

11. Современные зарубежные концепции СМИ (авторитарная, либертианская, социальной ответственности, социалистическая). Новейшие концепции. Причины появления и сравнительный анализ.

Знать:

- представление о современной типологической структуре СМИ разных стран и происходящих в них процессах, преобразованиях и тенденциях развития;
- представление о новаторских моментах в организации деятельности зарубежных органов информации, в работе ведущих мастеров журналистики;
- быть знакомыми с последними теоретическими исследованиями в данной сфере;
- методы и средства познания, обучения и самоконтроля для своего интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетенции, сохранения своего здоровья, нравственного и физического самосовершенствования;
- приемы и методы структурирования и интеграции знаний из различных областей профессиональной деятельности и уметь творчески использовать и развивать эти знания в ходе решения профессиональных задач;
- принципы междисциплинарного взаимодействия дисциплин (модулей).

Уметь:

- иметь сведения о современном законодательстве разных стран в области СМИ;
- уметь применять методы и средства познания, обучения и самоконтроля для своего интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетенции, сохранения своего здоровья, нравственного и физического самосовершенствования;
- определить направления собственного саморазвития, повышения своей квалификации и мастерства;
- определять в основных составляющих иноязычную научную картину мира, основные особенности научного дискурса в государственном языке;
- содержание понятия «стереотип в межкультурном диалоге в общей и профессиональной сферах общения», «научный дискурс», «научная картина мира»;
- структурировать и интегрировать знания из различных областей профессиональной деятельности и уметь творчески использовать и развивать эти знания в ходе решения профессиональных задач;

Владеть:

- обладать информацией о новейших разработках в области технологии и экономики зарубежных СМИ;
- владеть методами и средствами познания, обучения и самоконтроля для своего интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетенции, сохранения своего здоровья, нравственного и физического самосовершенствования;
- учитывать в работе специфику иноязычной научной картины мира, основные особенности научного дискурса в государственном языке Российской Федерации и изучаемых иностранных языках;
- приемами и методами структурирования и интеграции знаний из различных областей профессиональной деятельности и уметь творчески использовать и развивать эти знания в ходе решения профессиональных задач;
- методиками применения междисциплинарных связей дисциплин (модулей) и понимать их значение для будущей профессиональной деятельности.