Доц. Янгляева М.М.   
  
Особенности масс-медиа регионов мира  
  
Аннотация   
  
Курс даёт студентам  комплексные знания о развитии медиа и коммуникаций в различных государствах и регионах мира, помогает понять устройство современного информационного пространства, медиасистем, механизмы и инструменты, при помощи которых у потребителей информации  формируется картина мира.  В ходе лекций используются актуальные статистические данные, результаты работы с big data.

Программа

Лекция 1. Массмедиа в XX в. : основные тенденции развития  
  
Развитие СМИ и журналистики разных стран в контексте эволюции информационно-коммуникационных сетей: радио, телевидение, спутниковое и кабельное ТВ, интернет, мобильная связь; послевоенное устройство мира: массмедиа в условиях холодной войны; распад СССР и конец биполярной системы: деятельность транснациональных медийных концернов.   
  
Лекция 2. Медиасистемы XXI в.: основные модели  
  
Структура современной медиасистемы; медиасистема среди других сложных систем. Классификация медиасистем и выбор моделей в начале века (североатлантическая, североевропейская и средиземноморская; появление новых теорий прессы: для СМИ стран переходного периода и партисипационная). Роль медийных ТНК и платформ Facebook и Netflix в формировании современной картины мира.  
  
Лекция 3. Массмедиа в Западной Европе (часть первая)  
Развитие  СМИ и коммуникаций в Великобритании, Германии, Франции, странах Бенилюкса, их отличительные черты.   
  
Лекция 4. Массмедиа в Западной Европе (часть вторая)  
Развитие СМИ и коммуникаций в странах Юго-Западной Европы: Испании,  Италии, их отличительные черты.   
  
Лекция 5.  Массмедиа в Северной Европе (часть первая)  
Развитие средств массовой информации и коммуникации в Финляндии и Скандинавии. Современный медиарынок в Швеции и Финляндии.  
  
Лекция 6. Массмедиа в Северной Европе (часть вторая)  
Развитие  средств массовой информации и коммуникации в Финляндии и Скандинавии. Современный медиарынок в Норвегии, Дании и Исландии.   
  
Лекция 7.  Массмедиа в Центральной и Юго-Восточной Европе (часть первая)  
Развитие средств массовой информации и коммуникации в странах Вышеградской группы. Особенности Венгрии.   
  
Лекция 8. Массмедиа в Центральной и Юго-Восточной Европе (часть вторая)  
Развитие средств массовой информации и коммуникации в странах бывшей Югославии. Особенности Сербии и Хорватии.   
  
Лекция 9. Массмедиа в США  
  
Развитие средств массовой информации и коммуникации в Соединённых Штатах Америки. Американская медиамодель.   
  
Лекция 10. Массмедиа в регионе АТР  
  
Китайская и японская медиамодели. Особенности развития СМИ и коммуникации в Индии. Массмедиа в Австралии.   
  
Лекция 11. Массмедиа в странах Латинской Америки  
  
Развитие массмедиа и коммуникаций в Латинской Америке. Особенности Аргентины и Бразилии.   
  
Лекция 12. Развитие креативных индустрий в зарубежных странах  
  
Креативные индустрии в Европе. Креативные индустрии в Азии. Индексы креативности, рейтинги.

Лекция 13. Медиагегорафический подход в социо-гуманитарных исследованиях  
  
Конструирование регионов в ментальном пространстве. Феномен built environment. Старая Европа vs Новая Европа. "Крепость Европа".

Особенности масс-медиа регионов мира

Вопросы к зачету

1. Основные этапы развития массмедиа и коммуникаций в XX в.  
2. Основные элементы медиасистемы, их взаимодействие (на примере любой страны, региона)  
3. Примеры классификации медиасистем (на примере нескольких моделей)  
4. Особенности функционирования массмедиа в Западной Европе на современном этапе (на примере 2-3 стран)  
5. Особенности функционирования массмедиа в ЦЮВЕ на современном этапе (на примере 2-3 стран)  
6. Особенности функционирования массмедиа в Северной Европе на современном этапе (на примере 2-3 стран)  
7. Основные характеристики американской медиамодели  
8. Основные характеристики китайской медиамодели  
9. Особенности функционирования массмедиа в регионе АТР (на примере 2-3 стран)  
10. Особенности функционирования массмедиа в Латинской Америке (на примере 2 стран)  
11. Основные отрасли креативных индустрий, их развитие в Европе  
12. Основные отрасли креативных индустрий, их развитие в Азии  
13. Роль массмедиа в конструировании региона