**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ**

по дисциплине "Мировая медиаиндустрия "

для направления подготовки 42.04.02 Журналистика,

***Требования к презентациям на читательской конференции.***

Презентация книги: об авторе, основная проблематика, тематика, структура, основные положения и выводы, 5-7 цитат.7-10 минут. Текст объемом 3-4 стр. сдать преподавателю. Можно анализировать работы, не указанные в “примерном списке” (по согласованию с преподавателем).

*Примерный список книг для презентаций*

1. Бернстайн У. Массмедиа с древнейших времен и до наших дней. М.. 2017.
2. Бодрунова С. Современные стратегии британской политической коммуникации. М., 2010.
3. Бэзелджетт П. Игра на миллиард. Как три человека пошли на риск и изменили лицо телевидения. СПб., 2017.
4. Вирен Г. Современные медиа. Приемы информационных войн. М., 2016
5. Годман У. Миссия Мердока. Цифровая революция в медиаимперии. М., 2004.
6. Гоним В. Революция 2.0. Спб., 2012.
7. Информация и общественное мнение. От репортажа в СМИ е реальным переменам. М., 2015.
8. Левитин Д. Путеводитель по лжи. Критическое мышлене в эпоху постправды.М.. 2018.
9. Матисон Д. Медиадискурс. Анализ медиатекстов.. Исследования медиа и культуры. Харьков, 2013.
10. Многоликая глобализация. Культурное разнообразие в современном мире. Под ред. Бергера П. Л., Хантингтона С.П. М., 2004
11. Мойерс Б. Мойерс об Америке: журналист и его время.М., 2008.
12. Новые медиа. Социальная теория и методология исследований. СПб., 2016.
13. Левитин Д. Путеводитель по лжи. Критическое мышление в эпоху постправды. М., 2018.
14. Ром У.Г. Миссия Мердока. Цифровая революция в медиаимперии. М., 2004.
15. Тангейт М. Медиагиганты. Как крупнейшие медиакомпании выживают на рынке и борются за лидерство. М., 2006. (есть в библиотеке НГУ)
16. Тернер Т., Берк Б. Зовите меня Тед. Подлинная история создателя медиаимперии. М., 2009.
17. Ульфкотте У. Продажные журналисты. Любая правда за ваши деньги. М., 2015
18. Эпштейн Э. Экономика Голливуда. На чем на самом деле зарабатывает киноиндустрия. М., 2018

***Требования к докладам по национальным медиасистемам.***

Структура доклада по национальным медиасистемам:

1. Качественные и количественные характеристики национальной медиа-системы. Информационные агентства. Крупнейшие концерны.
2. Правовой статус СМИ, законодательное, административное регулирование.
3. Особенности развития медиаэкономики.
4. Роль СМИ в политической жизни страны. СМИ и выборы. Взаимоотношения СМИ и политических партий.
5. Институты саморегулирования, профессиональные организации, подготовка кадров.

Объем – не менее 10 страниц. Работа должна состоять из введения, основной части и заключения. Во введении раскрываются научная и практическая значимость представленной темы, степень ее изученности, цели и задачи, которые ставит перед собой автор сообщения. В основной части доклада (реферата) студент последовательно решает поставленные задачи, опираясь на выявленный фактический материал, теоретические разработки исследователей. В заключении необходимо сделать выводы, которые должны строго соответствовать содержанию работы, сформулированным целям и задачам, опираться на фактический материал, собранный автором. В конце доклада (реферата) обязательно приводятся примечания, а также библиографический список (не менее 6 наименований). Хронологические рамки рефератов должны охватывать период с 1990-х гг. ХХ в. до наших дней.

*Литература, которая может помочь при подготовке докладов:*

Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М., 2003. (есть в библиотеке НГУ)

Вирен Г. Современные медиа. Приемы информационных войн. М., 2016

Вороненкова Г.Ф. Путь длиною в пять столетий. От рукописного листка до информационного общества. Национальное своеобразие СМИ Германии. М., 2011.

Голованова Г. А. Печать США в начале 90-х гг. М., 1996.

Гоним В. Революция 2.0. Спб., 2012.

Землянова Л.М. Журналистика и коммуникативистика. Концептуализация медийных процессов в современной зарубежной науке. М., 2012. (есть в библиотеке НГУ)

Она же. Гуманитарная миссия современной глобализирующейсякоммуникативистики. М., 2010.

Зубок А.С. Телевизионная индустрия США. М., 2015.

Информация и общественное мнение. От репортажа в СМИ е реальным переменам. М., 2015.

История мировой журналистики. М.; Ростов н/Д, 2004.

Корнилов Е.А., Корнилова Е.Е. Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий. М., 2013

Любимов Б.И. Общественное вещание: британская модель. М., 2006.

Майн Х. Средства массовой информации в Федеративной республике Германии. Германия, 2000.

Макеенко М.И. Ежедневная печать: Американский опыт конца ХХ столетия. 1995-2000. М., 2004.

Михайлов С. А. Журналистика стран Северной Европы. СПб., 2003

Он же. Современная зарубежная журналистика: правила и парадоксы. СПб., 2002.

Михайлов С. А., Никонов С. Б. Принципы сравнительного и международного права в регулировании информационных потоков государств различных правовых систем. СПб., 2000.

Многоликая глобализация. Культурное разнообразие в современном мире. Под ред. Бергера П. Л., Хантингтона С.П. М., 2004

Современные зарубежные СМИ. М., 2012.

Тангейт М. Медиагиганты. Как крупнейшие медиакомпании выживают на рынке и борются за лидерство. М., 2006. (есть в библиотеке НГУ)

Ульфкотте У. Продажные журналисты. Любая правда за ваши деньги. М., 2015 (есть в библиотеке НГУ)

***Требования к анализу прессы***

Письменная работа объемом не менее 3 страниц машинописного текста. Источники: не менее 3 номеров ежедневного или еженедельного зарубежного издания (Франция, Великобритания, США, ФРГ).

Работа должна быть посвящена анализу особенностей зарубежного издания, включающему:

* определение основных рубрик издания (составление их перечня),
* анализ общего объема событийной информации,
* анализ источников событийной информации (информационные агентства, корреспонденты и пр.) с составлением их списка и подсчетом доли материалов (в %), полученных из каждого источника,
* анализ общего объема аналитических материалов,
* анализ жанров аналитических материалов
* подсчет общего объема иллюстративного материала,
* подсчет общего объема рекламных материалов
* типологическая характеристика издания на основании проведенного исследования.

Методические материалы утверждены на совместном заседании кафедр массовых коммуникаций и теории и истории журналистики (протокол №6 от 2.09.2020)