

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Косенок Сергей Михайлович  
Должность: ректор  
Дата подписания: 15.06.2026 12:04:27  
Уникальный программный ключ:  
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bdfcf836

## Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине:

### Зарубежные медиасистемы, 3 семестр

Код, направление подготовки	42.03.05 Медиакоммуникации
Направленность (профиль)	Медиакоммуникации
Форма обучения	Очная
Кафедра разработчик	Режиссуры
Выпускающая кафедра	Режиссуры

### Типовые задания для контрольной работы

1. Контрольная работа выполняется в форме презентационного проекта, в котором отражаются характеристики проблемы с обоснованием ее актуальности и доказательством использования для ее решения задач медийного проектирования.

В работе должны быть отражены специфические и общие тенденции и перспективы развития конкретной зарубежной медиасистемы, описывается пространство медиасистемы, масштаб, формы воздействия на аудиторию, виды технологий и демонстрационный формат конкретной медиасистемы, ее роль в общемировой медийной системе.

Проблематика для каждого студента является индивидуальной и согласуется с преподавателем.

#### Примерные темы контрольных работ

1. Организационная форма как первичный типобразующий признак современных национальных и глобальных зарубежных СМИ.
2. Глобализация, конвергенция, универсализация, коммерциализация, концентрация как эволюционные механизмы современных СМИ.
3. Интерактивность и дигитализация как техническая основа информационных медиа.
4. Саморегулирование в современных зарубежных СМИ. Концепция дерегулирования СМИ США: плюсы и минусы концепции в современных условиях глобальной медиаэкономики.
5. Общие закономерности развития теле и радио – технологий и СМИ зарубежных стран в 21 веке.
6. Рекламная деятельность и ПР в системе современных зарубежных СМИ.
7. Эволюция традиционных СМИ под влиянием цифровых технологий.
8. Важнейшие международно-правовые документы, касающиеся СМИ. Вопросы деятельности СМИ в Европейской конвенции о защите прав человека и основных свободах и законодательстве Европейского экономического сообщества.
9. Формирование системы глобального телевизионного вещания.
10. Специфика интернет аудитории и новые технологии оценки активности пользователя.

11. Тайм-Уорнер, Вайком, Уолт Дисней/Кэпитал Ситис: структура собственности медиаконцернов и география информационного влияния.
12. Группа Ньюз Корпорейшн, Бертельсман, Дженерал Электрик – крупнейшие медиа- корпорации: структура собственности и география информационного влияния.
13. Международные организации и проблема законодательного регулирования деятельности СМИ.
14. Агрегаторы новостей и принципы работы поисковых систем как инструмент формирования повестки дня. Основания и методы «проективного поиска» информации в современной инфосфере.
15. Мобильные технологии в системе производства распространения и потребления массовой информации.
16. Медиа - корпорации и антимонопольное законодательство Европы и США в сфере СМИ.
17. Интернет версия издания и интернет СМИ как новые формы массовой коммуникации: организационная и коммуникативная специфика.
18. Медиаиздания, блоги и социальные сети как новые формы массовой коммуникации
19. Усиление значения СМИ стран – изгоев и стран третьего мира. СМИ Арабского востока. Египетские телеканалы ESC –1 и ESC –2; Arabsat – служба арабского вещания.
20. Европейское влияние и развитие СМИ на Африканском континенте. «Afrovision» как инструмент ведения независимой информационной политики.
21. Тайм-Уорнер, Вайком, Уолт Дисней/Кэпитал Ситис: структура собственности медиаконцернов и география информационного влияния.
22. Группа Ньюз Корпорейшн, Бертельсман, Дженерал Электрик – крупнейшие медиа- корпорации: структура собственности и география информационного влияния.
23. Международные организации и проблема законодательного регулирования деятельности СМИ.
24. Агрегаторы новостей и принципы работы поисковых систем как инструмент формирования повестки дня. Основания и методы «проективного поиска» информации в современной инфосфере.
25. Мобильные технологии в системе производства распространения и потребления массовой информации.
26. Медиа - корпорации и антимонопольное законодательство Европы и США в сфере СМИ.
27. Интернет версия издания и интернет СМИ как новые формы массовой коммуникации: организационная и коммуникативная специфика.
28. Медиаиздания, блоги и социальные сети как новые формы массовой коммуникации.
29. Усиление значения СМИ стран – изгоев и стран третьего мира. СМИ Арабского востока. Египетские телеканалы ESC –1 и ESC –2; Arabsat – служба арабского вещания.
30. Европейское влияние и развитие СМИ на Африканском континенте.

## Вопросы к экзамену

### Задание для показателя оценивания дескриптора «Знает»

<b>Проверяемые образовательные результаты (знания)</b>	<b>Примерные вопросы для контроля в соответствии с уровнем освоения</b>
<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- совокупность политических и экономических факторов, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;</li><li>- механизмы функционирования конкретной медиакommunikационной системы;</li><li>- факторы, определяющие развитие медиасистем (политические, правовые, экономические социокультурные и др.);</li><li>- основы функционирования медиасистем;</li><li>- зарубежных национальных моделей медиасистем.</li></ul>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Демократические принципы журналистики.</li><li>2. СМИ в геополитике.</li><li>3. Свобода слова и социальная ответственность.</li><li>4. Независимые СМИ и проблемы финансирования.</li><li>5. Направления практической журналистики.</li><li>6. Тенденции развития журналистики разных стран.</li><li>7. Формы и методы журналистики в современном мире.</li><li>8. СМИ как третья власть.</li><li>9. Медиакратия: основные понятия и теории.</li><li>10. Теория фрейминга.</li><li>11. Теория аудитории.</li><li>12. Современные сферы новых медиа.</li><li>13. Политические функции современных медийных СМИ.</li><li>14. Современные системы СМИ.</li><li>15. Эволюция СМИ.</li><li>16. Принципы организации и взаимодействия СМИ.</li><li>17. Глобализация: сущность и определение.</li><li>18. Демонстрационный эффект в системе глобализации.</li><li>19. Элементы глобализации в различных элементах современного социума.</li><li>20. Глобализация в Европе.</li><li>21. Проблемы европейской интеграции.</li><li>22. Необходимость и проблемы создания глобальных СМИ.</li><li>23. Глобализация и деглобализация СМИ.</li><li>24. Окинавская хартия глобального информационного общества.</li><li>25. Международное право в регулировании информационного обмена.</li><li>26. Международное информационное право.</li><li>27. Европейский суд по правам человека.</li><li>28. Международная борьба с терроризмом и экстремизмом в системе международных СМИ.</li><li>29. Взаимодействие международных организаций.</li><li>30. Международные организации журналистов.</li><li>31. Политическая и экономическая элита.</li><li>32. Работа СМИ с элитами.</li><li>33. СМИ как средство информационной войны.</li><li>34. Медиатизация политики.</li><li>35. Селебритизация политики.</li><li>36. Деловые издания.</li><li>37. Массовая культура.</li></ol>



	<p>39. Массовая культура в системе общемировой глобализации.</p> <p>40. Компьютерная культура как элемент массовой культуры.</p> <p>41. Межличностная коммуникация и журналистика.</p> <p>42. Особенности новых медийных технологий.</p> <p>43. Конвергенция, дигитализация, интерактивность, принадлежность к сетевому пространству.</p> <p>44. Зарубежные электронные СМИ.</p> <p>45. Мультимедийные редакции.</p> <p>46. Новые медиа и IT-технологии.</p> <p>47. Демассификация СМИ.</p> <p>48. Индивидуализация СМИ</p>
--	---

***Задание для показателя оценивания дескриптора «Умеет»***

<b>Проверяемые образовательные результаты (знания)</b>	<b>Задания для контроля в соответствии с уровнем освоения</b>
<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем и их структуры;</li> <li>- осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакommunikationной системы;</li> <li>- анализировать эффективность различных видов стратегий медиасистемы.</li> </ul>	<p>Проведение анализа эффективности различных видов стратегий зарубежной медиасистемы (медиасистема на выбор студента).</p>