Питання до заліку

1. Роль світових комунікаційних систем в умовах глобалізації
2. Значення комунікативного аспекту в глобалізаційних процесах цивілізації.
3. Поняття глобалізація, глокалізація, регіоналізація.
4. Основні підходи до визначення поняття інформаційне суспільство. Теорії інформаційного суспільства (Тофлера, Кастельса, Й. Масуди, Вебера).
5. Розвиток глобальних систем комунікації: історичний аспект та національні особливості.
6. Система ЗМІ та ЗМК лідерів інформаційного простору.
7. Поняття про острівний та континентальний типи ЗМІ (система ЗМІ та ЗМК Великобританії, США, Німеччини, Франції та скандинавських країн).
8. Нова науково-концептуальна парадигма функціонування світових медіасистем (концепція Д.Галліна, П. Манчіні “Сучасні медіасистеми: три моделі відносин ЗМІ та політики” (2008)
9. Вплив сучасних соціально-економічних умов на формування світових медіакорпорацій.
10. Світові тенденції розвитку сучасної журналістики і вплив на міжнародний сектор таких процесів: глобалізація інформації, інформатизація, інтернаціоналізація, постмодернізм, індивідуалізм, концентрація та монополізація, диференціація та спеціалізація, технічний поступ тощо.
11. Особливості медіаекономічних стратегій Time Warner, Sony, Matsushita, Microsoft, Walt Disney, News Corporation, Viacom, Bertelsmann, Vivendi.
12. Динаміка розвитку й інформаційна політика глобальних телемереж новин.
13. Система міжнародних новин в інформаційному просторі світу. Збільшення кількості телеканалів та їх диверсифікація в останнє десятиліття ХХ ст. Зміни в аудиторії – створення цільових аудиторій, що сгментуються в залежності від цінностей, смаків і стилів життя.
14. Типологія глобальних телеканалів. Спільне та відмінне між новинними, науково-популярними та розважальними телемережами.
15. CNN: перша глобальна телемережа новин.
16. ВВС World: традиції британського мовлення.
17. Euronews – європейская альтернатива глобальним мережам.
18. Al-Jazeera: інформаційний виклик західним каналам новин.
19. CNBC и Bloomberg TV: світ бизнесу в ефірі.
20. Еволюція діяльності світових інформаційних агентств в умовах глобальної рансформації комунікаційних технологій. Вихід найбільших інформаційних агентств на нові інформаційні ринки світу.
21. Аналіз економічних показників діяльності інформаційних агентств Reuters (Великобританія), Associated Press (США) та Agence France-Presse (Франція).
22. Монополізація й концентрація ринку журнальної періодики. Економічні стратегії видавничого дому Bertelsmann.
23. Принципи діяльності Time Warner Inc. (*Time, Sports Illustrated, People*), Hearst Corp. (*Good Housekeeping,* *Cosmopolitan,* *Squire и Popular mechanics)*, Independent Media, Hachette Filipacchi Shkulev + ІнтерМедіаГруп, BURDA, Conde Nast, Gruner & Jahr, Axel Springer, Bauer Verlag та інших.