**Змістовий модуль 1. Трансформація інформаційно-комунікаційного ринку**

**в умовах медіаглобалізаційних процесів**

 *Тема 1. Тенденції розвитку медіасистем наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст.*

Поняття інормаційні системи у закордонній та вітчизняній науці та комунікативістиці. Класифікація інформаційних систем. Сучасні фактори розвитку світових інформаційних систем: глобалізація, конвергенція, інформатизація, дигіталізація, постмодернізм, неоколоніалізм, демасифікація, індивідуалізм тощо.

Автономізація медіасистем: основні поняття. Американізація медіа, їх глобалізація. Глобальна культура журналістики, гомогенізація медіасистем, деідеологізація ЗМІ. Конвергенція медіасистем, лібералізація медіа. Створення «медіа-партій». Таблоїдизація медіасистеми.

*Тема 2. Динаміка розвитку й інформаційна політика глобальних телемереж новин*

Місце глобальних телемереж у системі міжнародного інформування: інформагенції, міжнародне радіомовлення, міжнародні видання, глобальні інтернет-ресурси. Типологія глобальних телеканалів. Збільшення кількості телеканалів та їх диверсифікація в останнє десятиліття ХХ ст. Зміни в аудиторії – створення цільових аудиторій, що сегментуються в залежності від цінностей, смаків і стилів життя.

Тематичний розподіл глобальних телемереж на інформаційні (новинні − CNN, BBC World, Euronews, Sky News, Deutsche Welle; фінансово-економічні – CNBC, Bloomberg TV; спортивні телемережі – Eurosportnews, ESPN International), науково-популярні та розважальні.

*Тема 3. Діяльність інформаційних агентств світу в умовах формування глобального комунікаційного простору. Міжнародні видавничі доми, рекламні та ПР-агенції*

Історія агенційної журналістики в Україні та світі. Найвидатніші світові інформаційні агентства: від "ветеранів" до сучасних Сучасна система найбільших всесвітньовідомих ІА «Великої трійки»: Reuters (Рейтер, Великобританія), Associated Press (Ассошіейтед Прес, США) та Agence France Presse (Франс Прес, Франція).

Міжнародні видавництва, рекламні та ПР-агенції: історія і сучасний стан.