

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Степыкин Николай Иванович
Должность: Заведующий кафедрой
Дата подписания: 04.02.2026 16:47:33
Уникальный программный ключ:
79cb37fa15c029eb9fe555478f21c47b73e92308

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:

Заведующий кафедрой
теоретической и прикладной
лингвистики



Н.И. Герасимова

«02» июля 2025 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
для текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
«Современные теории массовой коммуникации»
42.04.02 Журналистика

1 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

1.1 ВОПРОСЫ ДЛЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ

Раздел (тема) дисциплины «Общетеоретические обоснования СТМК»

Понимание массовой коммуникации в условиях Интернет-коммуникации.

Теория М. Кастельса.

Предметное поле теории массовой коммуникации.

Современная теория массовой коммуникации как междисциплинарное полиобъектное направление.

Рассмотрение теории массовой коммуникации во взаимосвязи с социально-философскими, социологическими, социально-психологическими, политологическими, культурологическими, теоретико-правовыми, экономическими и другими теориями.

Классификация теоретических подходов к теории массовой коммуникации.

Ключевые традиции и концепции в исследованиях массовой коммуникации.

Объективистские и субъективистские подходы.

Теории макро- и микросоциального уровня.

Раздел (тема) дисциплины «Теория гегемонии медиа в различных научных направлениях»

Критическая традиция в исследованиях массовой коммуникации.

Франкфуртская школа.

Работы представителей Франкфуртской школы.

Понятия «индустрия культуры» и «массовая культура». Работа М.Хоркхаймера и Т.Адорно «Диалектика Просвещения».

Работа Г.Маркузе «Одномерный человек».

Работа В.Беньямина «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости».

Последователи Франкфуртской школы.

Работа Н.Постмана «Развлекая себя до смерти».

Значение представителей Франкфуртской школы в развитии теории массовой коммуникации.

Системно-структурная традиция в исследованиях массовой коммуникации.

Возникновение структурно-функционального анализа.

Массовая коммуникация в структурно-функциональной традиции.

Работы Р.Мертона, Г.Лассуэлла, П.Лазарсфельда.

Раздел (тема) дисциплины «Современные теории диффузии новостей»

Социум как национально-лингво-культурное сообщество.

Условия успешной коммуникации.

Понятие пресуппозиции, ее виды: макропресуппозиция, социумная пресуппозиция, микропресуппозиция, (по В.В.Красных).

Понятие коммуникативного сбоя и коммуникативного провала.

Коммуникативная личность.

Понятие и структура личности.

Аттитюды, поведение и коммуникация.

Языковая личность: вербально-семантическая, когнитивная и прагматическая характеристики.

Раздел (тема) дисциплины «Теория Маклюэна в современной интерпретации»

Культурологическая традиция в исследованиях массовой коммуникации.

Истоки: работы представителей Франкфуртской школы.

Работы М.Маклюэна «Галактика Гуттенберга» и «Понимание медиа».

Социодинамическая теория массовой коммуникации А.Моля.

Работа А.Моля «Социодинамика культуры».

Гипотеза культивации Дж.Гербнера. «Media Studies»: работы представителей Бирмингемской школы (С.Холла и др.).

Концепция медиатизации культуры Дж.Томпсона.

Работа В.Борева и А.Коваленко «Культура и массовая коммуникация».
Теория медиагенезиса.

Раздел (тема) дисциплины «Современное понимание информационного пространства, среды, медиареальности»

Массовая коммуникация в контексте теорий информационного общества.

Концепция информационного общества Д.Белла.

Информационное общество как постиндустриализм.

Работа Д.Белла «Грядущее постиндустриальное общество».

Концепция информационного капитализма М.Кастельса.

Работа М.Кастельса «Информационная эпоха».

Сетевое общество и сетевое предпринимательство.

Культурные последствия информационного капитализма.

Власть идентичности.

Критерии оценки:

4 балла выставляется обучающемуся, если его ответ полный, содержательный, развернутый, нормативно оформленный, наполненный языковыми примерами.

3 балла выставляется обучающемуся, если ответ содержательно соответствует теме, грамотно оформлен, но недостаточно развернут и наполнен языковыми примерами.

2 балла выставляется обучающемуся, если его ответ полон содержательно, но не наполнен языковыми примерами.

1 балл выставляется обучающемуся, если его ответ содержательно верен, но не наполнен языковыми примерами и по своему оформлению не соответствует языковым нормам.

1.2 КОНТРОЛЬНЫЕ РАБОТЫ

Контрольная работа 1 «Этапы развития теории массовой коммуникации»

Опишите предпосылки возникновения теории массовой коммуникации.

Продемонстрируйте связь развития теории массовой коммуникации с развитием системы массовой коммуникации в мире.

Контрольная работа 2 «Теория гегемонии медиа в различных научных направлениях»

Дайте характеристику основным структурно-функциональным моделям массовой коммуникации: модели коммуникационного акта и модели двухступенчатого потока коммуникации.

Опишите микро- и макросоциальные функции массовой коммуникации.

Что представляет собой массовая коммуникация как средство поддержания системной стабильности в работах М.Де Флера?

Какова главная идея в работе «Теория массово-коммуникационных эффектов» Д.Маккуэйла?

Контрольная работа 3 «Современные теории диффузии новостей»

Дайте определение понятию коммуникативной личности.

Опишите параметры коммуникативной личности - мотивационный, когнитивный и функциональный.

Каковы структура и характеристики коммуникативной личности?

Что такое «Коммуникативные источники»?

Укажите параметры эффективности коммуникативных источников.

Контрольная работа 4 «Современное понимание информационного пространства, среды, медиареальности»

Охарактеризуйте массовую коммуникацию в системе отношений власть-бизнес-общество-СМИ.

Опишите эволюцию форм собственности СМИ.

В чем суть теории нормативных моделей прессы У.Шрамма, Ф.Сибберта, Т.Питерсона?

Каковы основные положения работы У.Шрамма, Ф.Сиберта и Т.Питерсона «Четыре теории прессы»?

Охарактеризуйте классические нормативные модели функционирования СМИ: авторитарная, либертарианская, советская, модель социальной ответственности.

Дайте определение цензуре и ее функциям. Опишите концепцию общественного вещания Дж.Рейта.

Критерии оценки:

7-8 баллов выставляется обучающемуся, если в работе представлен самостоятельный, детальный, структурно выдержанный, грамотно оформленный ответ на поставленные вопросы, демонстрирующий высокий уровень систематизации знаний;

4-6 баллов выставляется обучающемуся, если в работе представлен самостоятельный, структурно выдержанный, грамотно оформленный ответ на поставленные вопросы, демонстрирующий средний уровень систематизации знаний; 2-3 балла выставляется обучающемуся, если в работе представлен самостоятельный, в целом структурно выстроенный, не достаточно грамотно оформленный ответ на поставленные вопросы, демонстрирующий средний уровень знаний;

2 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

2.1 ВОПРОСЫ В ЗАКРЫТОЙ ФОРМЕ

1. Социальная коммуникация:

- а) процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств
- б) сообщения в СМИ
- в) инженерные пути сообщения

2. По отношению к чему курс «Современные теории массовой коммуникации» является метатеорией:

- а) к философии
- б) к имиджелогии
- в) к познанию

3. По отношению к чему курс «Основы теории коммуникации» является метатеорией:

- а) к физиологии массовой коммуникации
- б) к философии
- в) к психологии массовой коммуникации

4. Отличие вербальной и невербальной коммуникации состоит в:

- а) способах кодирования информации
- б) каналах связи
- в) целях передачи информации

5. К вербальной коммуникации не относится:

- а) письмо
- б) говорение
- в) слушание

6. Межличностная коммуникация — это такая коммуникация:

- а) ретинальная
- б) аксиальная
- в) невербальная

7. Реклама не относится к:
- а) массовой коммуникации
 - б) интегрированным маркетинговым коммуникациям
 - в) аутокоммуникации
8. К невербальной коммуникации не относится:
- а) слушание
 - б) таксеика
 - в) просодика
9. К электронным СМИ не относится:
- а) ТВ
 - б) радио
 - в) газета
10. К коммуникационным революциям относится изобретение:
- а) колеса
 - б) книгопечатания
 - в) лазерного оружия
11. Процесс взаимного общения, когда реплика сменяется ответной фразой и происходит постоянная смена ролей:
- а) чтение
 - б) монолог
 - в) диалог
12. Речевая тактика, заключающаяся в использовании неожиданной информации:
- а) неожиданность
 - б) обращение к авторитету
 - в) момент неформальности
13. Включает в себя все виды речевой деятельности участников общения: говорение, слушание, письмо, чтение – ... компонент коммуникации:
- а) речевой
 - б) процессуальный
 - в) знаковый
14. Речевая тактика, при которой неблагоприятную информацию подкрепляют словами, что «так бывает», называется:
- а) неожиданностью
 - б) примером
 - в) обобщением
15. Краткая запись содержания прочитанного называется:
- а) аннотацией
 - б) лекцией
 - в) конспектом
16. Многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми — это процесс:
- а) общения
 - б) понимания
 - в) восприятия
17. Коммуникативная сторона общения:
- а) взаимопонимание участников общения

- б) обмен информацией между людьми
- в) организация взаимодействия между людьми

18. Термин «коммуникация» прежде всего употребляется в смысле:

- а) специфической формы взаимодействия людей в трудовой деятельности
- б) хозяйственных сооружений
- в) транспортной инфраструктуры

19. Модель, которая трактует эффект воздействия маркетинговых коммуникаций с точки зрения трех фаз отношений потребителя к продукту, называется моделью:

- а) простого воспроизводства
- б) «иерархии эффектов»
- в) реализации

20. Разрушение коммуникаций Винер назвал:

- а) энтропией
- б) антропией
- в) интропией

21. Радио было изобретено в:

- а) 1895 г.
- б) 1907 г.
- в) 1917 г.

22. К механизмам перцепции в межличностной коммуникации не относится:

- а) эмпатия
- б) мифологизация
- в) стереотипизация

23. Теоретиком символического интеракционизма был:

- а) Пирс
- б) Торндайк
- в) Мид

24. «Теорию социального обмена» предложил:

- а) Черри
- б) Хоманс
- в) Спенсер

25. Как называется модель коммуникационного процесса, разработанная Шенноном и Уивером:

- а) мысленная
- б) лингвистическая
- в) информационно-математическая

26. Автор интерактивной модели коммуникативного процесса:

- а) Якобсон
- б) Ньюкомб
- в) Смайл

29. Не используется для изучения социальной коммуникации концептуальный подход:

- а) фонетический
- б) семантический
- в) когнитивный

30. Модель управляемой коммуникации с обратной связью предложил:

- а) Ясирс
- б) Винер
- в) Гутенберг

2.2. ВОПРОСЫ В ОТКРЫТОЙ ФОРМЕ

Вставьте отсутствующий элемент

- 1 Процессы глобализации и локализации _____ и _____
- 2 Социальными функциями массовой коммуникации являются _____
- 3 Тенденциозность _____ и ангажированность _____ СМИ _____ выражаются _____ в _____
- 4 Социокультурная реальность – способы и формы бытия людей, формирующиеся _____ и выявляющие содержание _____.
- 5 Общественные отношения и формы общественного сознания, идеи, исторические традиции и национальное мироощущение, мировосприятие составляют структуру _____ реальности.
- 6 _____ пространство информационного общества интерпретируется как ареал распространения и влияния культурных достижений информационного социума.
- 7 Выделяются _____ и _____ модели социокультурной динамики.
- 8 Журналистика _____ во все крупные общественные события.
- 9 •Видные общественные деятели используют журналистику для _____ целей.
- 10 •Главные _____ общества переносятся в журналистику и, в свою очередь, поддерживаются ею.
- 11 •Журналистика обеспечивает основу для _____ - дискуссии и участия _____ в жизни общества.
- 12 •Система правосудия зависит от _____, обеспечиваемой медиа.
- 13 •Журналистика испытывает давление, чтобы стать _____ обществу, которое отвечает ей тем же.
- 14 Конвергентная избирательность – в теории игры понятие о том, что медиа _____.
- 15 Лидеры мнения – в двухступенчатом потоке те, кто _____.
- 16 Макроскопическая теория – теории, объясняющие медиаэффекты на уровне _____.
- 17 Политэкономическая теория – исследует _____, чтобы контролировать другие институты, включая медиа.
- 18 «Спираль молчания» – теория Ноэль-Нойман о том, что люди, придерживающиеся взглядов, противоположных тем, которые доминируют в медиа, _____.
- 19 Теория игры - теория Стивенсона о том, что медиа используются _____.
- 20 Теория критической массы – описывает, какой размер _____, чтобы новую технологию считать состоявшейся, и какой характер должны иметь _____.
- 21 Теория «магической пули» согласно этой теории, медиасообщения _____.
- 22 Теория массового общества – общее название ряда теорий, считающих медиа _____.
- 23 Теория медиазависимости – согласно этой концепции, чем больше людей _____, тем _____.
- 24 Теория свертывания материалов печати – теория, доказывающая, что медиа _____.
- 25 Теория социальной ответственности – нормативная теория, согласно которой медиаиндустрия _____ с одной стороны, и _____ с другой.

2.3. ВОПРОСЫ НА УСТАНОВЛЕНИЕ СООТВЕТСТВИЯ

1. Линейная модель социокультурной реальности 2. Циклическая модель социокультурной реальности	A. Л.Морган B. К.Маркс C. Э. Тейлор D. Дж.Вико E. Э.Дюркгейм F. Н.Я.Данилевский G. Ф.Теннис H. О.Шпенглер I. У.Ростоу J. П. де Шарден K. Д.Белл L. А.Тойнби
---	--

1 Лебон Г. 2 Тард Г. 3 Ортега-и-Гассет 4 Московичи С. 5 Канетти Э. 6 Шилз Э.	A. Массовое общество и его культура B. Психология народов и масс C. Личность и толпа D. Восстание масс E. Век толп F. Масса и власть
---	---

1 Теория «третьей волны» 2 Теория открытости и закрытости 3 Теория социальных ожиданий 4 Теория самовоспроизводства 5 Теория свободной печати	A. Закрытыми считаются замкнутые этнические или религиозные комьюнити (взаимодействующие общности), которые настороженно относятся к новой информации и коммуникациям. Открытые легко воспринимают новую информацию, чреватые информационными перегрузками. B. Большое внимание уделяется воспитательным функциям СМИ, процессу формирования массовой аудитории. C. Выделяется три волны цивилизации: аграрная (до 18 в.), индустриальная (до 1955 г.), постиндустриальная (коммуникативно-компьютерное воздействие на общество) D. Представляет общество как самоорганизующуюся систему, подсистемы которой имеют собственные информационные связи с окружающей средой. E. Большое внимание уделяется воспитательным функциям СМИ, процессу формирования массовой аудитории.
---	---

2.4. КЕЙС-ЗАДАЧИ

Ситуация

Радиотрансляционные сети (после длительного перерыва) возобновили такой вид передач как радиоспектакли. Современные радиопостановки несколько отличаются от прежних по длительности передачи, поскольку распространен, как и на телевидении, сериальный тип.

Задание: Проанализируйте, каковы преимущества «сериала» на телевидении и на радио, а в чем его недостатки. На основании чего поддерживается интерес в радиосериале (при ответе можно использовать когнитивную теорию массовой коммуникации)?

Телевидение, как одно из средств массовой информации, является наиболее массовым из СМИ, охватывая и те слои населения, которые остаются за рамками влияния других СМИ. Эта способность телевидения объясняется его спецификой как средства создания, передачи и восприятия информации.

Во-первых, эта специфика заключается в способности электромагнитных колебаний, несущих телевизионный сигнал, проникать в любую точку пространства в зоне действия передатчика. С появлением спутникового телевидения последнее ограничение отпало, еще более усилив позиции ТВ.

Во-вторых, специфика ТВ (в отличие от радио) в его экранности, то есть, в передаче информации посредством движущегося изображения, сопровождаемого звуком. Именно экранность обеспечивает непосредственно-чувственное восприятие телевизионных образов, а значит и их доступность для самой широкой аудитории. В отличие, например, от радио, телевизионная информация доносится до зрителя в двух плоскостях: вербальной (словесной) и невербальной, зрительной. Звукозрительный характер телевизионной коммуникации усиливается персонификацией информации, телевидение в большом числе случаев подразумевает личностные контакты автора или ведущего и участников передачи с аудиторией. Персонификация телеинформации уже давно утвердилась во всем мире как принцип вещания, как сущностное отличие телевизионной журналистики от других ее родов.

В третьих, телевидение способно сообщить в звукозрительной форме о действии в момент его свершения. Одновременность события и его отображения на телевизионном экране (симультантность) является едва ли не самым уникальным свойством телевидения.

Главное преимущество телевидения заключено в самой его природе - это наличие «картинки», видеоряда. Именно это и придает телевизионному воздействию огромную, ни с чем не сравнимую эмоциональную силу. Сочетая зрительные и слуховые образы, показывая события или явления в динамике, в движении, в развитии, телевидение оказывается наиболее эффективным средством во всей системе массовой коммуникации. Если радио и, тем более, пресса апеллируют к разного рода доказательствам, то телевидение оказывает влияние с помощью совершенно особого инструмента, который можно назвать «показанием». Если радио и, тем более, печатная пресса воздействуют на когнитивные структуры психики, то телевидение обращено, прежде всего, к эмоциональным и непосредственно действенным структурам.

Таким образом, относительно свойств коммуникационного процесса, можно сделать следующий вывод. Процесс коммуникации с помощью телевидения как средства массовой коммуникации обладает:

- относительную диатопность (распространение при условии возможности со стороны получателя информации);*
- мультиплицирование - возможность неограниченного воспроизведения одной и той же информации при условии возможности это сделать - записать информацию на тот или иной информационный носитель);*
- симультантность - возможность предоставлять телесобщения множеству людей практически одновременно, с учетом часовых поясов.*

Преимущества радио состоят, прежде всего, в наибольшей оперативности, технической простоте формирования и распространения сообщения. В связи с этим радио неизбежно опережает все иные средства массовой информации. В современном мире радио является одним из наиболее доступных средств именно широкой, массовой информации, прежде всего, для менее образованной и, следовательно, менее обеспеченной аудитории.

Разумеется, специфика радио связана и с определенными объективными недостатками. Радиосообщения воспринимаются исключительно на слух. Слишком большое количество фактов, деталей, цифр затрудняет восприятие - возникает эффект взаимной интерференции слишком детализированной информации. Кроме того, из результатов специальных экспериментов известно, что на слух вообще воспринимается и запоминается не более 20 % информации: как правило, улавливается лишь самое главное, прежде всего тема сообщения. Именно поэтому в радиосообщениях рекомендуется несколько (до пяти) раз повторять основные моменты, подбирая разные слова для выражения одного и того же содержания.

Объективный недостаток заключается и в том, что к радиопередаче практически невозможно «возвратиться» - нельзя «переспросить» радиоприемник. В силу быстрого темпа передачи новостных сообщений их практически нельзя записать, чтобы обдумать на досуге или поделиться ими со знакомыми.

Еще один недостаток состоит в том, что радиостанции редко имеют постоянную аудиторию - она меняется даже в течение дня. Поэтому на радио редки серийные программы, рассчитанные на длительную коммуникативную связь с одной и той же общностью.

Неоспоримыми же преимуществами радио, делающие его уникальным средством массовой информации, - это оперативность и эмоциональность, а также то, что в техническом отношении радиосообщения практически не знают ни границ, ни расстояний. Радио, как известно, можно одновременно слушать и в Арктике, и в Антарктиде.

Таким образом, согласно основным свойствам коммуникационного процесса, радио как средство массовой коммуникации обеспечивает передаваемому сообщению:

пространственность информации - диатопность;

одновременность передачи информации любому множеству людей - simultанность;

репликацию - регуляцию радио-средствами, например, снижение нагрузки на радио-сегмент (репликация AD, аутентификация), не внося излишнюю сложность в структуру радио-сети.

Одним из самых популярных жанров радиовещания стали радиосериалы. Во времена, когда телеприемники были большой редкостью, в эфир американских радиостанций с 26 ноября по 25 декабря 1937 выходил радиосериал "Медвежонок Кинамон" ("Cinnamon Bear"), который был создан в Голливуде по заказу компании "Transco". В эфире проект транслировался с понедельника по субботу - со Дня благодарения до Рождества. В центре сюжета - Джуди и Джимми Бартономы, отправившиеся в заколдованную "Страну возможного" ("Maybeland") для того, чтобы зажечь серебряную звезду на вершине их рождественской елки. Персонаж Кинамона настолько полюбился маленьким слушателям, что они несколько лет заказывали его у Санта Клауса. И даже до сих пор ежегодно в предрождественское время его повторяют в эфире национальных радиостанций [6].

Другой сюжет развивался в спектакле "Круиз Пол Паррот" ("Cruise Poll Parrot"), созданном в 1937 году при поддержке международной обувной компании. Она же являлась владельцем этого круизного лайнера. Все события происходили вокруг капитана корабля Роя Далтона, его владельца Эрза Ченджа, сестры Сью, ее подруги Джонни Роббинс, старого матроса Диксона и других членов экипажа. Всего в эфир вышло 39 эпизодов общей продолжительностью более 7 часов.

Еще один интересный многосерийный радиосериал "Волишебный остров" ("Magic Island") впервые вышел в эфир в 1936 году. В центре сюжета - госпожа Патриция Грегори, которая разыскивает свою дочь Джоан Грегори. После долгих поисков и невероятных приключений мать с дочкой встречаются на странном острове, где Джоан выжила только благодаря магии, которая позволяет острову держаться на плаву. Сериал был предназначен для семейного прослушивания и насчитывал 130 серий (хронометражем 24 часа).

Другой проект, вошедший в мировую сокровищницу детского радиовещания, "Детская викторина" ("Quiz Kids") - популярный радиосериал 1940-1950-х годов, который выходил в эфир при поддержке компании "Алка-Зельтцер" ("Alka-Seltzer"). Шоу настолько полюбилось слушателям, что с 6 июля 1949 по 27 сентября 1956 на телевидении транслировали версию любимого спектакля. Из актерского состава этого проекта в будущем вышел лауреат Нобелевской премии по биологии Джеймс Д. Уотсон, актер Боб Истон, продюсер Харли Беннетт и актриса Ванесса Браун. За весь период вышло 76 эпизодов.

Серия радиопрограмм "Научные приключения" ("Adventures in Research") состояла из отдельных новелл, объединенных общей концепцией. В интересной игровой форме здесь рассказывали о важных изобретениях: разработке парашюта, истории первой радиостанции с регулярным вещанием, первом латиноамериканском изобретении, открытии континентов, множестве других историй, которые насчитывали 75 эпизодов продолжительностью более 18 часов.

Радиоспектакли для детей об опасной, но интересной профессии пожарных объединены под названием "Пожарники" ("Firefighters"). Каждую неделю вниманию слушателей предоставлялись различные ситуации, в которых оказывались люди, профессионально борющиеся с огнем. Детям здесь рассказывали о типах пожаров, возможных причинах их возникновения и способах страхования собственной жизни от опасности, связанной с огнем. Большинство эпизодов, а их всего 140, длились от 12 до 15 минут и вошли в «золотую коллекцию» детского радиовещания США.

Трогательный многосерийный спектакль "Джерри из цирка" ("Jerry of the circus") выходил в эфир американских радиостанций в 1937 году. В течение 15 минут каждой серии детям рассказывали о приключениях Джерри Дугана и его собаки Рагсе. После смерти родителей Джерри со своим четвероногим другом прибили к цирку Сэма Рэндала, где нашли не только настоящих друзей, но и врагов. Спектакли полюбились не только детям, но и взрослым, ведь мечта работать в цирке когда-нибудь посещала каждого человека. Мечта же работать в цирке Сэма Рэндала длилась 125 эпизодов продолжительностью более 30 часов.

Следить за Джерри, мальчиком из другого спектакля "Ярмарка дубков" ("Fair Oaks") имели возможность маленькие слушатели. Им адресовалась 15-минутная серия радиосериала, действие которого происходило в школе с одноименным названием [1].

С 1950-х годов развитие детского радиовещания приостанавливается. Распространение телевизионных технологий привело сначала к замораживанию, а в последующие годы к уменьшению количества детских радиопрограмм. Тем не менее, в историю вошли ежедневные вечерние передачи "Слушаем с мамой" ("Listen with Mother"), которая длилась 15 минут и состояла из рассказа, короткой песни и стихотворения. Каждое субботнее утро с середины 1950-х годов в эфире американских радиостанций звучала программа "Дядя Мак" ("Uncle Mac"). Среди прочего здесь можно было услышать музыкальные композиции - саундтреки к детским мультфильмам и телефильмам.

С конца 1950-х годов авторы детских радиопрограмм начали экспериментировать с форматом и жанрами каждого проекта. Менялись формы передач, их количество, методы раскрытия сути проблем и

способы воздействия на слушателей. Однако традиции, которые были заложены в предыдущие годы, поддерживали интерес слушателей к радиоприемнику.

Новой страницей в развитии детского радиовещания стало создание полноценных детских радиостанций, которые адресуются слушателям разного возраста, убеждений и мировосприятия. Сегодня в США действуют более 10 крупных детских радиостанций, большинство из которых вещают в музыкальном формате. Стили и жанры музыки разнообразны – от рождественской (“181.FM Christmas Kids”) до музыки в стиле кантри, христианской (“AbidingRadio Kids”) и колыбельных (“Kids Public Radio Lullaby”). В США представлено сразу несколько радиостанций студии Диснея, среди которых “Kidz Show Radio!” (“Радио детских шоу”) “Subsonic Radio Request”, “Mouse World Radio” (“Мировое радио Майса”) “Kids Public Radio “Pipsqueaks” (“Детское общественное радио “Аисты”), “Outbound Radio Just For Kids” (“Радио для детского отдыха”), “ORS Radio – Kids” (“ОРС радио – Дети”).

К детским относится и проект “Just For Kids” (“Только для детей”), созданный на радиостанции “Outbound Radio”. В эфире преимущественно музыкальные композиции, изредка – развлекательные проекты для детей. Финансируется радиостанция за счет рекламы и продажи дисков с программами и музыкой, при этом 10% прибыли передается на благотворительность. В планах руководящего состава проекта – увеличить количество отчислений до 30%. Полученные деньги идут на благотворительные фонды “Emmaus Ministries” (помогает людям, оказавшимся на улице, вернуться в социум) и “The International Red Cross” (оказывает гуманитарную помощь жертвам насилия и военных конфликтов).

Заметна тенденция привлечения детей к созданию радиопрограмм. Пример этого – радиостанция “KiDz HuB” (“Детский концентратор”). Организаторы стремятся научить детей использовать передовые технологии не только для развлечений, но и для получения новой интересной информации. С целью расширения круга слушателей радиостанция оборудует студии в школах по всей стране. Здесь школьники обеспечивают замкнутый цикл работы по подготовке, созданию и выходу в эфир радиопрограмм. Работают дети под присмотром квалифицированных менеджеров. Лучшие программы со школьных студий выходят в эфир центральной “KiDz HuB”.

Однако радиостанция не только приближает к производству радиопрограмм квалифицированных и молодых радиожурналистов, но и расширяет количество школьных проектов в других странах – Индия, Ямайка. О том, что программы создаются на высоком техническом и профессиональном уровнях, свидетельствует большое количество прямых эфиров, которые проводят дети, создавая программы различной направленности – от новостей до развлекательных проектов, от спортивных выпусков до прогнозов погоды и частных объявлений.

Новейшим этапом в развитии радиовещания США и всего мира является внедрение интернет-технологий, которые в детском радиовещании выражаются через специализированные сайты. Теперь можно с уверенностью говорить, что радио перестало влиять только на аудиальные каналы восприятия, ведь в сочетании с интерактивными, изобразительными, визуальными возможностями официальной страницы любимой программы или радиостанции ребенок получает больше новой и интересной информации.

Таким образом, уже почти век постоянно совершенствуется и методично эволюционирует радиовещание, на определенных этапах становясь основой для зарождения новых средств коммуникации (телевидение, интернет). И неотъемлемой составляющей эфира радиостанций во всем мире являются радиопрограммы, адресованные детской аудитории. Они сопровождают человека от рождения до взрослого возраста, периодически становясь предметом научного рассмотрения.

За эти годы учеными наработана теоретическая база осмысления детского радиовещания, а практиками создан уникальный для каждой страны задел передач, вошедших в «золотой фонд» международного радиовещания. Не исключение здесь и американские исследователи, теоретики и практики радиожурналистики. Результаты их работы свидетельствуют о неподдельном интересе к феномену радио, его возможности информировать, развлекать и обучать.

Критерии оценки:

Каждый верный ответ оценивается следующим образом:

- задание в закрытой форме – 2 балла,
- задание в открытой форме – 2 балла,
- задание на установление правильной последовательности – 2 балла,
- задание на установление соответствия – 2 балла,
- решение задачи – 6 баллов.

Максимальное количество баллов за тестирование - 36 баллов.