

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тамбовский государственный университет имени Г.Р.Державина»  
Факультет филологии и журналистики**

**УТВЕРЖДАЮ :**  
Декан факультета филологии и  
журналистики **Худяков С.С.**  
«28» июня 2019 год



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
вступительных испытаний  
по направлению подготовки магистров  
42.04.02 «Журналистика»  
Направленность (профиль): Журналистика цифровой среды  
Квалификация (степень) - магистр**

Тамбов 2019

Программа вступительных испытаний по направлению подготовки магистров 42.04.02 «Журналистика» составлена профессорско-преподавательским составом кафедры русской и зарубежной литературы, журналистики «б» июня 2019 г. протокол № 10 и утверждена на заседании Ученого совета факультета филологии и журналистики Тамбовского государственного университета им. Г.Р. Державина 28 июня 2019 г. протокол № 11.

## **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ**

### **Цель вступительного испытания:**

выявить у поступающих лиц готовность к обучению по программе магистерской подготовки по направлению 42.04.02 «Журналистика».

### **Задачи вступительного испытания:**

- оценить у поступающих уровень специальных знаний по профильным дисциплинам направления подготовки специалитета и бакалавриата «Журналистика»;
- определить профессиональную пригодность поступающего.

## **2. ТРЕБОВАНИЯ К ЗНАНИЯМ И УМЕНИЯМ АБИТУРИЕНТОВ**

Лица, имеющие документ о высшем образовании и желающие освоить данную магистерскую программу, зачисляются в магистратуру по результатам вступительного испытания, с целью установления у поступающего наличия следующих компетенций:

- понимание социальной роли и общественной миссии журналистики и журналиста в демократическом обществе, функций и принципов СМИ в контексте социальных потребностей, исторического и современного опыта отечественных и зарубежных СМИ;
- ориентация в основных мировых тенденциях развития медиаотрасли, (содержательных и технологических), понимание процессов конвергенции, осведомленность в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа, в том числе понимание процессов конвергенции;
- понимание сущности журналистской профессии как социальной, информационной, творческой, ее базовых характеристик, социальных ролей журналиста, качеств личности, необходимых для ответственного выполнения профессиональных функций;
- понимание базовых принципов формирования системы СМИ, представление об основных организационных формах медиаиндустрии (издательские дома, медиахолдинги, акционерные общества), ориентация в современных реалиях функционирования системы СМИ в России, а также в ее инфраструктуре;
- знание общих и отличительных черт различных средств массовой информации (печать, телевидение, радиовещание, информационные агентства, интернет-СМИ, мобильных медиа), их типов и видов, базовых типологических признаков;
- знание принципов работы с источником информации и методов ее сбора (интервью, наблюдения, работы с документами), селекции, проверки и анализа, а также методов прецизионной (точной) журналистики;
- знание особенностей массовой информации, задач и методов, технологии и техники процесса создания журналистских публикаций, понимание их содержательной и структурно-композиционной специфики.

## **3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ (АННОТАЦИИ ТЕМ)**

### **ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ**

#### **1. Журналистика как сфера массово-информационной деятельности**

Определение журналистики как особой сферы деятельности. «Массовая информация» как центральная категория в теории журналистики. Основные характеристики журналистской информации как массовой. Журналистский текст как носитель информации. Потенциальная, принятая и реальная информация. Информированность аудитории и

дезинформация.

## **2. Функции журналистики**

Понятие функции применительно к журналистике. Коммуникативные, идеологические, непосредственно-организаторские, культуроформирующие, рекламные-справочные и рекреативные функции. Основополагающая роль идеологических функций.

## **3. Журналистика как социальный институт**

Основные социальные типы СМИ: государственные СМИ и СМИ гражданского общества; общественные СМИ и перспективы их создания в России. Правила функционирования СМИ в демократическом обществе: плюрализм и толерантность. Журналистика как «четвертая власть», властные полномочия СМИ. Проблема информационной безопасности. Государственная политика в сфере СМИ, проблема цензуры.

## **4. Проблема свободы журналистской деятельности**

Основополагающая сторона свободы журналистской деятельности – социально-творческая. Понятие «свобода», отличие свободы от произвола. Понятие «необходимость», взаимосвязь свободы и необходимости. Свобода как возможность выбора, проблема ответственности. Свобода, необходимость, ответственность применительно к журналистике. Экономическая сторона свободы журналистики: основные источники доходов для СМИ, проблема финансовой независимости. Юридическая сторона свободы журналистики – различные подходы: авторитарная концепция, концепция свободы журналистики, концепция социальной ответственности журналистики.

## **5. Принципы журналистики. Проблема принципиальности журналиста**

Социальная позиция журналиста, ее диалектический характер. Понятие принципа. Партийность (в современном понимании) как основополагающий принцип журналистики, его связь с социальной позицией журналиста. Гуманизм как контрольный принцип. Система принципов журналистики: принципы правдивости и объективности, народности, массовости, патриотизма и космополитизма, национальной гордости и интернационализма, демократизма. Принципиальность журналиста и варианты отклонения от истинной принципиальности (мягкая и жесткая беспринципность, догматическая принципиальность).

## **6. Журналистика, реклама, связи с общественностью: общее и различия**

Журналистика, реклама и связи с общественностью как виды деятельности и социальные институты. Общие признаки журналистики, рекламы и связей с общественностью как трех видов целенаправленной коммуникации. Близость на организационном уровне и на уровне правового обеспечения. Существенные различия журналистики, рекламы и связей с общественностью по следующим параметрам: адресант, адресат, информационное воздействие (объекты и характер информирования, цели и методы воздействия), обратная связь. Проблема разграничения журналистики, рекламы и связей с общественностью в коммуникативной практике современной России.

## **7. Структура редакционного коллектива. Принципы редакционной деятельности**

Принципы редакционной деятельности. Принцип разделения труда, принцип кооперирования труда и объединения результатов, принцип единоначалия. Функциональное, профессиональное и квалификационное разделение труда. Творческая, техническая и коммерческая части редакции. Пирамидальная и плоская структура, их преимущества и недостатки.

## **8. Работа редакции с читателями**

Редакционный актив и его состав. Организационно-массовая работа редакции. Работа с редакционной почтой. Формы организации редакционной деятельности: акция, кампания, обсуждение.

# **СПЕЦИФИКА ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЖУРНАЛИСТА**

### **9. Интервью как метод сбора информации в журналистике**

Интервью как метод сбора информации в журналистике. Виды интервью: информационное, оперативное, интервью-расследование, интервью-портрет, креативное (по М. Лукиной). Подготовка к интервью: определение цели и характера необходимых сведений; изучение предмета интервью и собеседника; обдумывание хода интервью и вопросов; выбор места и времени. Проведение интервью: встреча с собеседником, приветствие, преамбула интервью, «разминка», стратегия и тактика. Завершение интервью. Барьеры общения и умение их ослабить.

### **10. Наблюдение как метод сбора информации в журналистике**

Наблюдение как метод познавательной деятельности. Особенности журналистского наблюдения. Виды наблюдения. Произвольное наблюдение и его роль в журналистском творчестве. Целенаправленное наблюдение и его разновидности: локальное; одноразовое и многократное; открытое и скрытое. Включенное наблюдение – метод «смены профессии» – метод «маски». Правовые и этические пределы использования метода.

### **11. Изучение документов как метод сбора информации в журналистике**

Понятие документа. Документ и источник. Классификация документов как первый шаг их анализа. Проблема подлинности, достоверности и надежности документов. Использование документа в журналистском материале.

**12. Предмет публицистики. Категории «факт», «событие», «ситуация», «явление», «процесс», «личность», «проблема» в публицистике**

Понятия «объект» и «предмет» публицистики. Структура предметной области публицистики: социальная действительность, человек, отраженная действительность. Место в этой структуре и сущность понятий «факт», «событие», «ситуация», «явление», «процесс», «личность». Произведение как предмет публицистического текста.

### **13. Понятие жанра. Жанровые признаки. Система публицистических жанров**

Признаки жанров в концепциях различных исследователей. Публицистические жанры как система. Диффузия жанров как важная современная тенденция в развитии системы публицистических жанров.

## **ПРАВОВЫЕ и ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**14. История правовых отношений в журналистике. Законодательство РФ о журналистике**

Абсолютизация свободы слова в Декларации прав человека и гражданина во Франции и Конституции США. Положения о печати в наполеоновской Франции. Превращение журналистики в инструмент бизнеса во второй трети XIX века. Закон о прессе в Германии 1874 года. Закон о прессе во Франции 1881 года. Окончательное оформление журналистики как профессии на рубеже XIX-XX веков. Появление первых международных документов, регулирующих правовые отношения в журналистике. Рамочные международные документы в области свободы слова и информации периода новейшей истории – Всеобщая декларация прав человека, Европейская конвенция по правам человека, Международный пакт о гражданских и политических правах, Европейская конвенция о трансграничном вещании. Система законодательства о СМИ в России. Основные законы РФ, касающиеся медиасферы.

**15. Конституционные основы деятельности СМИ в России. Федеральный закон «О средствах массовой информации»**

История конституционного законодательства в СССР и в России. Понятия свободы слова и информации. Гарантии этих свобод в Конституции. Недопустимость цензуры. Ограничения на свободу слова и информации. Понятие частной жизни. Тайна и неприкосновенность частной жизни. Ограничения неприкосновенности частной жизни. Принципы сбора и хранения информации о гражданах. Приоритет международного права над национальным. Гласность судопроизводства.

## **16. Правовые основы рекламной деятельности в России. Федеральный закон «О рекламе»**

Понятие рекламы. История регулирования рекламной деятельности в СССР и в России. Общие требования к рекламе. Недобросовестная реклама. Недостоверная реклама. Скрытая реклама (product placement). Объемы рекламы в СМИ. Реклама алкогольной и табачной продукции. Достоинства и недостатки закона «О рекламе» (2006 год)

## **17. Защита интеллектуальной собственности в современном законодательстве РФ. Специфика авторских правоотношений в СМИ**

Авторское право. Оригинальность произведения; содержание и форма. Неимущественные права и исключительное право авторов. Произведения, не охраняемые авторским правом. Допустимость свободного использования произведений без согласия автора и без выплаты авторского вознаграждения: в личных целях, в информационных, критических, полемических, в учебных, научных и других целях. Авторское право на интервью. Авторское право на новостное сообщение. Служебные произведения: права работодателя на их использование. Авторское право фотографа.

## **18. Маркетинг в сфере СМИ**

Определение маркетинга. Концепция маркетинга по Филипу Котлеру. Основные элементы концепции маркетинга. Медиамаркетинг. Рынки ресурсов. Информационный рынок. Исследование информационного рынка: поиск сегмента и ниши, позиционирование и инновации. Исследование рынка потребителей (покупателей). Анализ аудитории. Исследование конкурентов. Сравнительный типолого-маркетинговый анализ СМИ. Планирование и прогноз на информационном рынке. Маркетинговая кампания. Медиаменеджмент. Инструменты управления и направления в теории менеджмента. Основы менеджмента в СМИ.

## **19. Менеджмент в сфере СМИ**

Инструменты управления. Направления в теории менеджмента. Экономические принципы редакционной деятельности и функции менеджмента в СМИ. Экономические принципы редакционной деятельности и функции менеджмента в СМИ. Уровни менеджмента в редакции. Требования к менеджерам высшего и среднего уровня. Общие и специальные требования. Организация редакции. Структура редакций в России, США и Европе. Структуры теле- и радиокompаний. Стили руководства.

## **20. Финансовая политика СМИ. Бюджет и баланс СМИ**

Редакция СМИ как субъект экономической деятельности. Формы собственности СМИ. Цели и задачи медиабизнеса. Основные экономические категории финансово-экономической деятельности редакции. Структура бюджета и баланса. Расходная и доходная части. Общередакционные и издательские расходы. Их структура. Фонд оплаты труда и другие статьи общередакционных и издательских расходов. Налоги. Доходы редакции. Ценовая и тиражная политика. Доход от продажи тиража. Доход от рекламы. Особенности бюджета теле и радиокompаний.

## **ИСТОРИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ**

### **21. Становление и развитие журналистики в России в XVIII веке. Роль А.Н. Радищева, Н.И. Новикова, А.М. Карамзина в развитии частной прессы**

Этапы становления государственной прессы в XVIII веке (газеты «Ведомости», «Санкт-Петербургские ведомости», «Московские ведомости», журналы Академии наук). Этапы развития частного журнала («Трудолюбивая пчела» А. Сумарокова; «Всякая всячина» Екатерины II; сатирические журналы Н. Новикова, его издательская и журналистская деятельность в Москве в 80-е гг. XVIII века; «Московский журнал» Н. Карамзина, его литературные альманахи 90-х гг. XVIII века). Глобальные проблемы жизни России в публицистике А. Радищева.

### **22. Особенности развития журналистики в России первой четверти XIX века**

Влияние реформ Александра I на развитие прессы начала XIX века (цензурный устав 1804 г.; развитие системы государственных изданий; «Вестник Европы» Н. Карамзина – первый «толстый» журнал). Отечественная война 1812 г. и печать. Журнал «Сын Отечества» Н. Греча как наиболее яркое издание этого периода. Издания декабристов первой половины 20-х гг. XIX века общее состояние печати к концу 1825 г.

### **23. Особенности развития журналистики в России николаевской эпохи (1825–1855 гг.)**

Правительство и печать (цензурный устав 1826 г.; запрет на открытие новых периодических изданий; указ 1837 г. о создании губернских газет). Энциклопедический журнал как лидер в системе печати николаевской эпохи. Наиболее яркие издания этого типа («Московский телеграф», «Телескоп», «Библиотека для чтения», «Отечественные записки»). Коммерциализация прессы в 30–40-е гг. XIX века. Отношение к этому процессу деятелей журналистики указанного периода (Ф. Булгарин, Н. Греч, О. Сенковский, А. Пушкин, А. Полевой, В. Белинский и др.).

### **24. Вольная русская пресса за границей в конце 50-х – 60-е гг. XIX века**

История издания А.И. Герценом в Лондоне Вольной русской типографии. Альманах «Полярная звезда»: программа, структура, содержание. Газета «Колокол» на разных этапах деятельности (подготовка крестьянской реформы в России, ее оценка, отношение к восстанию в Польше, период угасания). Реакция на издание А. Герцена в России (отношения с демократическими изданиями, читательской аудиторией, властью).

### **25. Условия и особенности развития журналистики в России пореформенной эпохи (60–70-е гг. XIX века)**

Либерализация взаимоотношений власти и прессы. Временные правила о печати 1865 г., их влияние на развитие журналистики. Возрождение «толстого» журнала, его лидерство в системе печати пореформенной эпохи. Роль журналов «Современник», «Русское слово», «Отечественные записки» в развитии этого типа издания. Связь «толстого» журнала с общественной мыслью России. Количественный и качественный рост частных газет в столицах и в провинции. Появление первых информационных агентств.

### **26. Эволюция массовой газеты в России рубежа XIX–XX веков**

Положение газеты как типа издания в России к началу 80-х гг. XIX века. Условия роста массовых газет в 80-е гг. Их жанровая структура, тематика публикаций, редакционная политика. Активизация процесса развития массовой газеты в 90-е гг. XIX – начале XX века. Тенденция к сближению качественной и массовой газеты (опыт газет «Россия» и «Русское слово»). Политизация массовой газеты под влиянием революции 1905–1907 гг. «Газета-Копейка».

### **27. Особенности и тенденции развития журналистики в России 1905–1916 гг.**

Роль первой русской революции в развитии журналистики. Еженедельный иллюстрированный журнал в системе печати России начала XX века. Печать крупных политических партий указанного периода. Журналистика в условиях военной цензуры. Эволюция отношения прессы к войне и к политике правительства в 1914–1916 гг.

### **28. Влияние Февральской и Октябрьской революций 1917 г. на отечественную журналистику.**

Утверждение однопартийной советской журналистики в годы гражданской войны. Авторы молодой советской печати («партийные публицисты», Л. Рейснер, А. Серафимович, Л. Сосновский и др.), публицистика оппонентов и противников большевиков (И. Бунин, М. Горький, В. Короленко).

Провозглашение и реализация в России демократических свобод после обретения в феврале 1917 года буржуазно-демократической государственности. Постановление Временного правительства от 27 апреля 1917 года «О печати» и его роль в становлении и развитии в России подлинно свободной журналистики. Действия большевистских властей против прессы идейных противников и оппонентов в первый период

существования советской власти. Утверждение в стране однопартийной печати нового типа, обоснование В. Лениным ее особенностей. Становление в годы гражданской войны системы однопартийной советской журналистики, ее составные. Авторы советской печати первых лет ее существования. Публицистика оппонентов и противников большевиков.

### **29. От либерализации советской журналистики в период НЭПа к ее тоталитарной модели в годы первых пятилеток.**

Очерк и фельетон – ведущие жанры советской публицистики 30-х гг. Журналистское творчество А. Зорича, И. Ильфа и Е. Петрова, М. Кольцова, выступления в печати М. Горького. Антисталинская публицистика.

Либерализация духовной жизни общества, журналистики после введения НЭПа. Временное расширение контактов двух России – советской и эмигрантской. Влияние эмигрантских течений сменовеховства и евразийства на интеллигенцию и журналистику Советской России. Кризис советской журналистики: причины, мероприятия властей по выходу из него.

Утверждение тоталитарной модели советской журналистики в годы первых пятилеток, ее роль в создании культа личности И. Сталина. Журналистика 30-х годов на службе тоталитарного режима. Ее главные темы. Расцвет очерка и фельетона. Творчество ведущих журналистов. Антисталинская журналистика (Н. Бухарин, Ф. Раскольников, М. Рютин, Л. Троицкий).

### **30. Советская журналистика в годы Великой Отечественной войны. Военная публицистика (К. Симонов, А. Толстой, М. Шолохов, И. Эренбург и др.)**

Перестройка отечественной журналистики после начала войны. Создание и организация работы «Совинформбюро». Деятельность советского радио. Организация работы военных корреспондентов. Система военной печати. Газета «Красная звезда» и ее редактор Д. Ортенберг. Партизанская и подпольная печать. Ведущие темы журналистских выступлений. Публицистика периода войны. Ее ведущие мастера К. Симонов, А. Толстой, М. Шолохов, И. Эренбург и др.

### **31. Переход советской журналистики от жесткого административного и идеологического диктата к «оттепели» (1946–1964 гг.).**

В. Овечкин. «Районные будни». Редакторская деятельность А. Твардовского и А. Аджубея.

Ужесточение административного и идеологического воздействия на журналистику, литературу, искусство, науку в первые послевоенные годы. Постановления ЦК ВКП(Б) «О журналах «Звезда» и «Ленинград», «О репертуаре драматических театров». Издание многочисленных партийных документов по разнообразным сферам журналистской деятельности. Ведущие темы журналистики этого периода. Освещение 70-летия со дня рождения И. Сталина как апофеоз его культа личности. Отражение «ленинградского дела», «борьбы с безродными космополитами», «дела врачей» в СМИ. Советская журналистика в годы правления Н. Хрущева, ее роли в развенчании культа личности И. Сталина. «Оттепель» в политике, духовной сфере, журналистике. Ее противоречивый характер. Журнал «Новый мир» и его редактор А. Твардовский. Редакторская деятельность в «Комсомольской правде» и «Известиях» А. Аджубея.

### **32. Отечественная журналистика 1964–1985 гг.**

Публицистика этого периода (А. Аграновский, Г. Бочаров, И. Васильев, В. Песков и др.). «Самиздат» и «тамиздат» как неподцензурная печатная трибуна советского диссидентства. Ее ведущие публицисты А. Сахаров и А. Солженицын.

Развитие структуры советских СМИ, их техническое переоснащение в конце 60-х – середине 80-х годов. Ведущие темы журналистских выступлений, творческие достижения и находки. Воздействие на журналистику рецидивов культа личности Л. Брежнева и застоя.

### **33. Советские СМИ в годы перестройки (1985–1991 гг.). Публицистика периода: авторы, сборники, проблематика**



Роль журналистики в утверждении идей перестройки, демократизации, гласности, нового мышления. Количественное и качественное развитие СМИ. Острая газетно-журнальная борьба. Дискуссия о гласности, свободе слова, печати на IX Всесоюзной конференции КПСС. Выступления на конференции Ю. Бондарева и М. Ульянова. Принятие законов «О печати и других средствах массовой информации» и «Об общественных организациях» и их значение для журналистики. Возрождение многопартийности печати. Темы выступлений СМИ. Возвращение имен и творческого наследия репрессированных, эмигрантов. Новые формы и жанры журналистского творчества. Ведущие публицисты периода перестройки, важнейшие публицистические сборники.

#### **34. Журналистика Российской Федерации (1991–2010 гг.). Становление, периоды развития, современное состояние, ведущие публицисты, проблематика их выступлений**

СМИ России в период становления суверенного государства: структура, деятельность в условиях рынка, взаимоотношение с властью, ведущие темы выступлений. Состояние и проблемы современной российской журналистики. Новейшие информационные технологии. Публицистика современной России.

### **ЗАРУБЕЖНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: ЭТАПЫ ИСТОРИИ И НОВЕЙШИЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ**

#### **35. Основные этапы развития зарубежной журналистики**

Английская печать и публицистика эпохи Просвещения. Идея независимости и ее пропаганда в периодической печати Америки. Деятельность просветителей-энциклопедистов как философская основа французской просветительской журналистики. Революция 1789 года как начало развития журналистики Франции. Основные тенденции развития западных СМИ на рубеже XIX–XX веков. Ведущие западные публицисты XX века.

#### **36. Новейшие тенденции развития зарубежных СМИ (культурологический и политэкономический аспекты)**

Глобализация СМИ и развитие новейших технологий. Гипермонополизация и финансиализация медийного пространства. Культурологические аспекты интернетизации СМИ. «Клипный» характер восприятия медийной информации. Симулякр в системе журналистских ценностей. Постмодернистская релятивизация понятия «истина».

Деконструкция как прием анализа журналистского текста. Политэкономический подход к изучению медийного бизнеса. Роль рекламы и ПР в работе журналиста. Инструментальный подход к миссии профессии. «Маркетизация» отношений в работе властных структур с журналистами.

### **ЭЛЕКТРОННЫЕ СМИ В РАКУРСЕ ИСТОРИИ И СОВРЕМЕННОСТИ**

#### **37. Определение, классификация и структура информационных агентств**

Определения ИА. Классификация по зоне влияния. Классификация по организационной структуре. Зарубежное бюро: принципы формирования и работы. Зарубежный корреспондент агентства. Основные трудности работы зарубежного бюро агентства.

#### **22. Роль СМИ в информационном обществе**

Основные характеристики информационного общества (ИО). Причины возросшего значения средств массовой коммуникации в ИО. Пресса в ИО. Интернет-СМИ и конвергенция масс-медиа. Понятие «Веб 2.0» и его влияние на традиционную журналистику. Значение интернет-блогов для массовой коммуникации. Изменение коммуникации между журналистом и аудиторией. Негативные тенденции в воздействии СМК на аудиторию.

### **37. Взаимодействие радио, телевидения, прессы и перспективы электронных СМИ**

Общность функций и особенность выразительных средств радио, ТВ и прессы. История взаимодействия СМИ трех типологических групп. Сетевая среда как поле интеграции радио, прессы и ТВ. Конвергенция как современный этап развития печатных и электронных медиа. Конвергентная редакция: особенности структуры и принципы функционирования. Взаимодействие и взаимопроникновение медиатекстов разных типов СМИ, позитивные и негативные последствия процесса. Электронные медиа как наиболее эффективная платформа интеграции. Будущее печатных и электронных СМИ: теория вопроса и личная точка зрения. Универсальный журналист: проблема профессионализма в условиях конвергенции. Общие тенденции развития электронных медиа.

### **38. История возникновения и развития радио**

Причины, вызвавшие необходимость изобретения радио. Первые опыты радиосвязи в России и в мире. Роль А.С. Попова, Г. Маркони и Н. Тесла в развитии радиосвязи. Радио в годы первой мировой войны. Первые гражданские радиостанции. Современное радиовещание России.

### **39. История телевизионного информационного вещания нового времени**

Значение программы «Время» (1968 г.) для развития российской телевизионной информации. Особенности верстки. Стабильность расположения в программе. Динамика трансформации форм подачи информации. Программы «Семь дней» и «ТСН» как выразители информационного плюрализма мнений периода политического романтизма в телеинформации. Появление программы «Вести» на канале Россия (1991 г.). Разрушение информационной монополии Первого канала. Проблема качества информации. Ориентация на федеральную аудиторию. Возникновение частного информационного вещания – Ren-TV (1991) и его роль в изменении качества информации. Появление программы «Сегодня» на частном канале НТВ (1993 г.).

Концепция негосударственной компании. Отделение фактов от мнений. Программы «Намедни» и «Итоги». Коммерциализация ТВ (1994г.) и ее последствия для телевизионной информации. Информация утреннего, дневного и вечернего времени. Распространение тематических информационных выпусков. Информация эфирных, спутниковых и кабельных каналов. Информационные форматы.

### **40. Функции и специфические возможности ТВ**

Особенности физической природы ТВ. Свойства ТВ – вездесущность, экранность, simultанность, персонифицированность. Социальная предназначенность телевизионных сообщений. Достоверность телевизионной информации. «Эффект присутствия». Камерность восприятия. Характеристика трех уровней персонификации. Сравнение специфических свойств ТВ со свойствами РВ и компьютерных сетей. Информационная, интегративная, организаторская, культурно-просветительская, социально-педагогическая, образовательная, рекреативная функции ТВ. Их соотношение на современном экране. Исчезновение адаптивной функции ТВ.

Важнейшие функции массовой коммуникации в трактовке зарубежных исследователей (Лассуэл, Райт, Маккуэйл): информационная, интерпретирующая, обеспечивающая преемственность господствующей культуры, развлекательная и мобилизующая.

### **41. Интерактивная журналистика**

Интерактивность: определение понятия. Эволюция представлений об интерактивности. Принципы и основные формы интерактивного взаимодействия. Интерактивная журналистика: история появления и тенденции развития. Интерактивное содержание сообщений прессы, радио и телевидения. Значение интерактивного компонента для эффективного функционирования современных СМИ. Интерактивность на телевидении. Интерактивное телевидение – телевидение общения: разграничение понятий. Виды интерактивности на современном телевидении и формы ее проявления. Типы интерактивных телепередач и их ключевые признаки. Модели интерактивных

телепередач. Модульный характер построения интерактивных передач. Основные принципы и этапы моделирования интерактивной телепередачи. Технология проектирования и прогнозирования развития интерактивной коммуникативной ситуации.

Журналист как организатор интерактивного общения: функции, принципы работы. Необходимые профессиональные качества в условиях интерактивного общения. Сложности работы журналиста – ведущего интерактивной телепередачи. Основные векторы внимания журналиста в интерактивной телепередаче. Гости в студии как компонент интерактивного общения. Зритель как участник интерактивного общения. Работа журналиста со зрителем и гостем: проблема равновесия интересов.

#### **4. ВОПРОСЫ ДЛЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ**

1. Журналистика как сфера массово-информационной деятельности.
2. Функции журналистики.
3. Журналистика как социальный институт.
4. Проблема свободы журналистской деятельности.
5. Принципы журналистики. Проблема принципиальности журналиста.
6. Журналистика, реклама, связи с общественностью: общее и различия.
7. Структура редакционного коллектива. Принципы редакционной деятельности.
8. Работа редакции с читателями.
9. Интервью как метод сбора информации в журналистике.
10. Наблюдение как метод сбора информации в журналистике.
11. Изучение документов как метод сбора информации в журналистике
12. Предмет публицистики. Категории «факт», «событие», «ситуация», «явление», «процесс», «личность», «проблема» в публицистике.
13. Понятие жанра. Жанровые признаки. Система публицистических жанров.
14. История правовых отношений в журналистике. Законодательство РФ о журналистике.
15. Конституционные основы деятельности СМИ в России. Федеральный закон «О средствах массовой информации».
16. Правовые основы рекламной деятельности в России. Федеральный закон «О рекламе».
17. Защита интеллектуальной собственности в современном законодательстве РФ. Специфика авторских правоотношений в СМИ
18. Маркетинг в сфере СМИ.
19. Менеджмент в сфере СМИ
20. Финансовая политика СМИ. Бюджет и баланс СМИ.
21. Определение, классификация и структура информационных агентств.
22. Роль СМИ в информационном обществе.
23. Становление и развитие журналистики в России в XVIII веке. Роль А.Н. Радищева, Н.И. Новикова, А.М. Карамзина в развитии частной прессы.
24. Особенности развития журналистики в России первой четверти XIX века.
25. Особенности развития журналистики в России николаевской эпохи (1825–1855 гг.).
26. Вольная русская пресса за границей в конце 50-х – 60-е гг. XIX века.
27. Условия и особенности развития журналистики в России пореформенной эпохи (60–70-е гг. XIX века).
28. Эволюция массовой газеты в России рубежа XIX–XX веков.
29. Особенности и тенденции развития журналистики в России 1905–1916 гг.
30. Влияние Февральской и Октябрьской революций 1917 г. на отечественную журналистику. Утверждение однопартийной советской журналистики в годы гражданской войны. Авторы молодой советской печати («партийные публицисты»),

- Л. Рейснер, А. Серафимович, Л. Сосновский и др.), публицистика оппонентов и противников большевиков (И. Бунин, М. Горький, В. Короленко).
31. От либерализации советской журналистики в период НЭПа к ее тоталитарной модели в годы первых пятилеток. Очерк и фельетон – ведущие жанры советской публицистики 30-х гг. Журналистское творчество А. Зорича, И. Ильфа и Е. Петрова, М. Кольцова, выступления в печати М. Горького. Антисталинская публицистика.
  32. Советская журналистика в годы Великой Отечественной войны. Военная публицистика (К. Симонов, А. Толстой, М. Шолохов, И. Эренбург и др.).
  33. Переход советской журналистики от жесткого административного и идеологического диктата к «оттепели» (1946–1964 гг.). В. Овечкин. «Районные будни». Редакторская деятельность А. Твардовского и А. Аджубя.
  34. Отечественная журналистика 1964–1985 гг. Публицистика этого периода (А. Аграновский, Г. Бочаров, И. Васильев, В. Песков и др.). «Самиздат» и «тамиздат» как неподцензурная печатная трибуна советского диссидентства. Ее ведущие публицисты А. Сахаров и А. Солженицын.
  35. Советские СМИ в годы перестройки (1985–1991 гг.). Публицистика периода: авторы, сборники, проблематика.
  36. Журналистика Российской Федерации (1991–2010 гг.). Становление, периоды развития, современное состояние, ведущие публицисты, проблематика их выступлений.
  37. Основные этапы развития зарубежной журналистики.
  38. Новейшие тенденции развития зарубежных СМИ (культурологический и политэкономический аспекты).
  39. Взаимодействие радио, телевидения, прессы и перспективы электронных СМИ.
  40. История возникновения и развития радио.
  41. История телевизионного информационного вещания нового времени.
  42. Функции и специфические возможности ТВ.
  43. Интерактивная журналистика.
  44. Журналистика как наука.
  45. Журналистика как вид творчества.
  46. Массово-коммуникационные функции журналистики в обществе.
  47. Основные жанры журналистики.
  48. Правовые основы деятельности СМИ в России.
  49. Становление отечественной журналистики (XVII–XVIII вв.)
  50. Основные этапы в развитии журналистики XVIII–XIX вв.
  51. Русская журналистика XX в. (дооктябрьский период).
  52. Отечественная журналистика XX в. (советский период).
  53. Российская журналистика рубежа XX–XXI вв.
  54. Особенности современной российской прессы.
  55. Массовые и специальные издания.
  56. Элементы творческой деятельности журналиста.
  57. Основные характеристики журналистского произведения.
  58. Способы творческой деятельности журналиста.
  59. Основные требования к оформлению печатных СМИ.
  60. Фоторепортаж, его роль и место в газете.
  61. История, виды и структура российского радиовещания.
  62. Проблемы, эстетика, морально-этические вопросы современного российского телевидения.
  63. Взаимодействие радио, телевидения, прессы и перспективы электронных СМИ.

## **5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ**

1. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. – М., 2013.
2. Андреева Г.М. Психология социального познания. – М., 2011.
3. Бадалов Д.С. Регулирование рекламной деятельности. – М., 2012.
4. Бергер А. Видеть – значит верить. Введение в зрительную коммуникацию. – М., СПб., Киев, 2015.
5. Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. – М., 2011.
6. Ворошилов В.В. Журналистика. – СПб., 2012.
7. Гуревич С.М. Номер газеты. – М., 2012.
8. Зыбкин А.В., Полукаров В.Л. Параллельный мир: реклама и право. – М., 2012.
9. Кемарская И.Н. Телевизионный редактор. – М., 2014.
10. Кисмерешкин В.Г. Реклама в продвижении российских товаров. – М., 2012.
11. Корконосенко С.Г. Основы журналистики. – М., 2016.
12. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. – М., 2011.
13. Лозовский Б.Н. Методика сбора информации // Основы творческой деятельности журналиста. – СПб., 2012.
14. Лукина М. Технология интервью. – М., 2013.
15. Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Психология телевизионной коммуникации. – М., 2012.
16. Мельник Г.С. Mass-media: психологические процессы и эффекты. – СПб., 2016.
17. Муратов С.А. Пристрастная камера: учеб. пособие для студ. вузов. – М., 2014.
18. Олешко В.Ф. Психология журналистики. – СПб., 2016.
19. Правовое поле журналиста. – М., 2011.
20. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – М., 2015.
21. Радиожурналистика. – М., 2015.
22. Рощин С.К. Психология и журналистика. – М., 2009.
23. Саппак В. Телевидение и мы. – М., 2011.
24. Соколов А. Природа экранного творчества. Психологические закономерности. – М., 2014.
25. Тертычный А.А. Аналитическая журналистика: познавательный-психологический подход. – М., 2016.
26. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. – М., 2012.
27. Тулупов В.В. Реклама в коммуникационном процессе. – Воронеж, 2013.
28. Федотов М.А. Правовые основы журналистики. – М., 2012.
29. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика. – М., 2014.
30. Шостак М.И. Репортер: профессионализм и этика. – М., 2011.
31. Шубина И.Б. Основы драматургии и режиссуры рекламного видео: Творческая мастерская рекламиста. – М., 2014.

**Критерии оценивания вступительного испытания**

Вступительное испытание (экзамен) проводится в форме тестирования (компьютерного). Вступительное испытание оценивается по 50-балльной шкале.

Продолжительность вступительного испытания – 60 минут.

Тест содержит 40 вопросов:

- 30 вопросов с одним правильным ответом. Правильный ответ – 1 балл.
- 10 вопросов с двумя правильными ответами. Правильный ответ – 2 балла.

Интервал успешности: 15-50 баллов.