

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. Х.М. БЕРБЕКОВА»

СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЙ ИНСТИТУТ
Кафедра этнологии, истории народов КБР и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Проректор КБГУ

В.Н. Лесев

2018 г.



ПРОГРАММА

вступительных испытаний в магистратуру
по направлению 42.04.02 Журналистика
Магистерская программа «Функционирование телевидения»

Директор СГИ _____ М.С. Тамазов

Зав. кафедрой этнологии,
истории народов КБР
и журналистики _____ М.А. Текуева

Руководитель программы _____ А.М. Камбачоков

Нальчик - 2018

1. Требования к профессиональной подготовленности поступающего.

Студент, желающий продолжить обучение в магистратуре должен уметь решать задачи, соответствующие квалификации бакалавра. Он должен продемонстрировать знания в области истории и теории журналистики, а также в области социальных и экономических наук. Помимо теоретических познаний будущий магистрант должен подтвердить умение готовить материалы к выходу в эфир в соответствии с современными технологическими стандартами.

2. Требования к вступительным экзаменам.

Вступительные испытания при поступлении в магистратуру по специальности 42.04.02 «Журналистика» позволяют выявить теоретическую подготовку абитуриента, его профессиональный уровень и способность к решению профессиональных задач. Исходя из этого испытания имеют междисциплинарный характер и включают теоретические вопросы и практическое задание, позволяющие сделать вывод о качестве подготовки поступающего, об уровне общепрофессиональных и специальных знаний, овладении навыками профессиональной деятельности.

Поступающий в магистратуру должен обладать следующими компетенциями:

общекультурными:

- способностью понимать движущие силы и закономерности исторического процесса; место человека в историческом процессе, политической организации общества, использовать это знание в профессиональной деятельности;

- культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации;

- умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности;

- пониманием социальной значимости своей будущей профессии, высокая мотивация к выполнению профессиональной деятельности;

общенаучными:

- способностью основываться на базовых знаниях в области общегуманитарных наук (философии, культурологии, истории);

- способностью использовать знания в области социальных и экономических наук (социология, политология, психология, социальная психология, правоведение, экономика), а также области естественнонаучных дисциплин в контексте своей социальной и профессиональной деятельности;

- знанием основ организации научного исследования в сфере журналистики;

общепрофессиональными:

- пониманием 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;

ориентацией 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;

- знанием основных этапов и процессов развития отечественной литературы и журналистики, понимание значения их исторического и современного опыта для практики российских СМИ;

- знанием основных принципов разработки концепции медиапроекта, в том числе моделирования и дизайна, а также методов их анализа и коррекции, видов планирования в СМИ;

- осведомленностью о базовых отечественных и зарубежных профессиональных стандартах работы журналиста.

3. Контрольные вопросы для экзамена

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, культуросформирующие, рекламно-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 различное.

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 телевизионных новостей.

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 телеаудиторией.

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

9. Телевизионное 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 телевизионной 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 телевизионной 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. Факт как первоэлемент телевизионной публицистики.

Понятие об объективном и научном фактах. Факт в публицистике как результат познавательного процесса. Факт как элемент знания о действительности. Фактические данные. Системная природа факта (факт как элемент системы). фактов в журналистике и эмпирические методы познания. Публицистический факт как разновидность социальных фактов. Факт как определяющая основа жанра.

14. Системное мышление в телевизионной документалистике.

Специфика публицистического анализа. Способ отражения действительности, лежащий в основе публицистического анализа. Технологическая схема создания аналитического материала. Особенности выбора темы и работы с фактом в аналитической журналистике. Аргументы и аргументация.

15. Образ в телевизионной публицистике публицистике.

Специфика публицистической образности. Способ отражения действительности, лежащий в основе публицистической образности. Специфика образного отражения действительности в публицистике. Документальное и условное. Факт, домысел и вымысел. Границы вымысла. Образная структура публицистического текста. Уровни образности. Образы-детали. Сюжетный и фабульный образный уровень. Образы характеров и обстоятельств. Образы времени и мира. Особенности времени и пространства в публицистике. Время ситуации.

16. Понятие телевизионных жанров.

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

17. Информационные жанры телевизионной журналистики.

Информация как родовое понятие для группы информационных жанров. Социально-коммуникативные предпосылки возникновения развития и дифференциации жанров. История развития заметки, отчета, интервью, репортажа. Сообщение о фактах, информирование о них – главная функция информационных жанров, их оперативность, злободневность, актуальность.

18. Аналитические жанры телевизионной журналистики.

Жанрообразующие факторы и особенности жанрообразования. Жанрообразующие признаки аналитической группы жанров. Аналитические тексты и жанры сегодня.

19. Художественно-публицистические жанры на ТВ.

Жанрообразующие факторы и особенности жанрообразования. Жанрообразующие признаки художественно-публицистической группы. Синтез науки и искусства. Литературы и социологии. Проблема документализма в художественно-публицистических жанрах. Жанры, входящие в художественно-публицистическую группу. Художественно-публицистические тексты и жанры сегодня.

20. 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.

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

История конституционного законодательства в СССР-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. Идеологический и религиозный плюрализм. Свобода творчества и преподавания. Гласность парламентской деятельности и судопроизводства.

22. Правовые основы рекламной деятельности в России. Федеральный закон «О рекламе».

Понятие рекламы. История регулирования рекламной деятельности в СССР-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).

23. Международное гуманитарное право: определение, условия применения и основные понятия.

Определение МГП. Начало вооруженных конфликтов. Понятие вооруженного конфликта. Международный и немеждународный конфликты. Участники вооруженных конфликтов. Комбатанты, некомбатанты и незаконные комбатанты. Защита гражданского населения. Запрещенные виды оружия.

24. Маркетинг в сфере ТВ.

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.

25. Менеджмент в сфере ТВ.

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 радиокomпаний. Стили руководства.

26. Финансовая политика телеканалов. Бюджет и баланс телекомпаний.

Редакция ТВ как субъект экономической деятельности. Формы собственности ТВ. 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 радиокомпаний.

27. Бизнес-план телепрограммы.

Цели и задачи создания бизнес-плана. Его характеристики. Типы бизнес-планов. Структура бизнес-плана. Особенности бизнес-плана теле и радиокомпаний.

28. 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.

29. Роль ТВ в информационном обществе.

Основные характеристики информационного общества (ИО). Причины возросшего значения средств массовой коммуникации в ИО. Пресса в ИО. Интернет-ТВ 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.

30. 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.

31. 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. Карамзин – 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.

32. 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.).

33. 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).

34. 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.

35. 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».

36. 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. 46. 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.

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.

37. 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. Письмо В. Ленина Ф. Дзержинскому и членам Политбюро о необходимости ужесточения мер против прессы противников и оппонентов. Высылка за границу крупнейших интеллектуалов России. Создание Главлита. Целенаправленное свертывание НЭПа после смерти В. Ленина. 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. Троцкий).

38. *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.

39. *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.

40. *Отечественная журналистика в годы застоя (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. Публицистика А. Аграновского, Г. Бочарова, И. Васильева, В. Пескова и др. Печать диссидентства – «самиздат» и «тамиздат». Публицистика А. Сахарова и А. Солженицына – лидеров советского диссидентства.

41. 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.

42. Телевизионная журналистика Российской Федерации (1991–2000 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.

43. Публицистика эпохи Просвещения.

Английская печать и публицистика эпохи Просвещения. Деятельность Р. Стиля и Дж. Адиссона (журналы «Зритель», «Болтун», «Опекун»). Развитие жанров памфлета и эссе в английских журналах. Памфлеты Д. Дефо («Ода позорному столбу», «Скромное предложение» и т.д.) и Дж. Свифта («Сказка бочки»). Американская журналистика и публицистика эпохи Просвещения. Издательская деятельность Б. Франклина («Нью-инглэнд курант», «Пенсильванская газета»). Политические памфлеты Б. Франклина. Идея независимости и ее пропаганда в периодической печати («Америкэн дейли адвертайзер», «Ричмонд экземинаер», «Бостон ньюз»). Т. Пейн и «Пенсильванский журнал». Эссе и трактаты Т. Пейна («Здравый смысл» и т.д.). Деятельность просветителей-

энциклопедистов как философская основа французской просветительской журналистики. Революция 1789 года как начало развития журналистики Франции.

44. Западные публицисты рубежа XIX–XX веков (по выбору: Б. Шоу, Дж. Лондон, Г.К. Честертон).

Традиции и новаторство Бернарда Шоу – музыкального и театрального критика. Литературная критика Шоу. Эпистолярное наследие Шоу. Проблематика книги Джека Лондона «Люди бездны». Особенности эссеистики Г.К. Честертон.

45. Основные тенденции развития западных СМИ на рубеже XIX–XX веков.

Факторы, способствующие формированию «массовой» прессы (экономические и социальные факторы, влияние коммерческой рекламы на развитие периодики, прогресс полиграфии). Черты «массовой» периодики и ее образцы (газеты Дж. Пулитцера и У.Р. Херста). «Качественная» пресса как продолжатель традиций элитарной печати. «Таймс», «Файнешнэл таймс», «Нью-Йорк таймс». Распространение репортажа и внедрение интервью. Появление расследовательской журналистики. Журналы «разгребателей грязи»: «Арена», «Макклурс», «Эврибодис», «Космополитен». Оформление журналистики как особой сферы профессиональной деятельности: начало профессиональной подготовки журналистов, принятие первых кодексов профессиональных журналистов и т.д.

46. Ведущие западные публицисты XX века.

Роль публицистики в развитии медиакультуры. Отличие публицистического текста от текста журналистского. Публицистика и литературная критика Запада в XX веке: эволюция, основные направления (позитивистское, эстетическое, неомифологическое, структуралистское, экзистенциалистское, семиотическое, лингвокультурологическое).

Писательская публицистика (Э. Хемингуэй, А. Камю, А. Мальро, У.Б. Йейтс, Г. Грин, Н. Мейлер, С. Лем, Дж. Фаулз, О. Пас). Научно-популярная публицистика (Ж. Бодрийар, Э.Торфлер, Д. Белл, С. Хантингтон, Р. Бьюкенен, Д. Лодж, С. Лем, У. Эко, Ж. Лиотар, П. Рикер). Классики исследовательской журналистики (Г. Вальраф, Н. Мейлер, Т. Вулф). Политологи в роли аналитиков и популяризаторов (З. Бжезинский, Р. Бьюкенен). Фельетоны А. Бухвальда как пример иронического пафоса в современной публицистике Запада. Перспективы взаимодействия западных и восточных журналистов.

47. Новейшие тенденции развития телевидения (культурологический и политэкономический аспекты).

Глобализация СМИ и развитие новейших технологий. Гипермонополизация и финансиализация медийного пространства. Культурологические аспекты интернетизации СМИ. «Клиповый» 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 PR в работе журналиста. Инструментальный подход к миссии профессии. «Маркетизация» отношений в работе властных структур с журналистами.

48. 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.

49. 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.

50. 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.

51. 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.

52. Документально-художественные жанры ТВ.

Характерные качества и классификация документально-художественных жанров. Образность и изобразительность. Функционально-предметные особенности телеочерка, телезарисовки, телеэссе, телефельетона, телепамфлета. Эволюция жанра телеочерк. Специфика документально-игровых программ. Социальная обусловленность документального телефильма.

53. Интерактивное ТВ.

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. Литература для подготовки к экзаменационным испытаниям

Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. – М., 2010.

Андреева Г.М. Психология социального познания. – М., 2009.

Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. – М., 1991.

Ворошилов В.В. Журналистика. – СПб., 2002.

Гуревич С.М. Номер газеты. – М., 2002.

Журналист в мире профессии. Ред.сост. М.Н. Ким. Изд. С.-Петербургского университета, СПб, 2010.

Зыбкин А.В., Полукаров В.Л. Параллельный мир: реклама и право. – М., 2000.

Кемарская И.Н. Телевизионный редактор. – М., 2004.

Кисмерешкин В.Г. Реклама в продвижении российских товаров. – М., 2002.

Корконосенко С.Г. Основы журналистики. – М., 2006.

Коханова Л.А., Калмыков А.А. Интернет-журналистика: Учебное пособие. Издательство: Юнити-Дана, 2012 г. www.knigafund.ru Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. – М., 2000.

Лозовский Б.Н. Методика сбора информации // Основы творческой деятельности журналиста. – СПб., 2000.

Лукина М. Технология интервью. – М., 2003.

Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Психология телевизионной коммуникации.
– М., 2002.

Махонина С.Я. История русской журналистики начала XX века: учебное пособие. Издательство: ФЛИНТА, 2011 г. www.knigafund.ru Мельник Г.С. Mass-media: психологические процессы и эффекты. – СПб., 1996.

Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Актуальные проблемы современности и журналистика. Изд. Роза мира, СПб, 2009 Муратов С.А. Пристрастная камера: учеб. пособие для студ. вузов. – М., 2004.

Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Актуальные проблемы современности и журналистика. Изд. Роза мира, СПб, 2009.

Мельник Г.С., Виноградова К.Е., Лисеев Р.П. Основы творческой деятельности журналиста. Конспект лекций и практикум. СПб, 2013.

Современный российский медиаполис / под ред. С.Г. Корконосенко. – СПб.: С.-Петерб. Гос. Ун-т, Филологический ф-т, 2012.

- Олешко В.Ф. Психология журналистики. – СПб., 2006.
- Правовое поле журналиста. – М., 1997.
- Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – М., 2005.
- Радиожурналистика. – М., 2005.
- Рощин С.К. Психология и журналистика. – М., 1989.
- Саппак В. Телевидение и мы. – М., 1988.
- Соколов А. Природа экранного творчества. Психологические закономерности. – М., 2004.
- Тертычный А.А. Аналитическая журналистика: познавательно-психологический подход. – М., 1998.
- Тертычный А.А. Жанры периодической печати. – М., 2010.
- Тулупов В.В. Реклама в коммуникационном процессе. – Воронеж, 2008.
- Федотов М.А. Правовые основы журналистики. – М., 2002 .
- Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика. – М., 2008.
- Шостак М.И. Репортер: профессионализм и этика. – М., 2011.
- Шубина И.Б. Основы драматургии и режиссуры рекламного видео: Творческая мастерская рекламиста. – М., 2004.

5. Дополнительная информация.

Критерии оценки результата вступительных испытаний:

Оценка качества ответа экзаменуемого студента складывается из его знаний, проверяемых правильностью ответов на вопросы билета, и умений и навыков, проявляющихся в процессе ответов. Весомость каждой составляющей оценивается каждым членом комиссии.

Критерии оценки должны быть единообразны по всем вопросам контрольных заданий. Пороговое значение оценки за ответ – 3 балла. Эта оценка предполагает, что будущий студент готов решать профессиональные задачи в ситуациях без погрешностей принципиального характера. Содержание данного ответа не выходит за рамки конкретных границ теоретического вопроса, КЭЗ выполнено в соответствии с эталонным ответом. Для получения оценки 4 абитуриент должен продемонстрировать свою эрудицию в области теории журналистики, показать понимание актуальных проблем отечественных и зарубежных СМИ, проявить осведомленность в практике зарубежных издательств. Для получения оценки 5 поступающий должен показать творческое отношение к рассматриваемым проблемам, самостоятельность мышления, хорошее знание

методологии журналистики, иметь и защищать собственную позицию относительно общих проблем средств массовой информации, тенденций развития электронных и традиционных СМИ.