

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»

ПРОГРАММА
вступительного испытания
для поступающих в магистратуру по направлению подготовки
42.04.02 «Журналистика»

программы (профиль)
«Цифровые коммуникации и новые медиа»,
«Специалист по продвижению продукции СМИ»

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Вступительные испытания предназначены для определения практической и теоретической подготовленности поступающего в магистратуру и проводятся с целью определения соответствия знаний умений и навыков требованиям обучения магистратуры по направлениям подготовки 42.04.02 «Журналистика» (магистратура). Программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования.

Вступительные испытания в магистратуру проводят экзаменационные комиссии, назначенные председателем приёмной комиссии УУНиТ.

ПРОЦЕДУРА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Дата и время проведения вступительного испытания и консультации определяются расписанием вступительных испытаний, которое утверждается председателем приемной комиссии.

Перед вступительным испытанием для поступающих проводится консультация по содержанию программы испытания, критериям оценки, предъявляемым требованиям, правилам поведения на испытании.

Форма вступительного испытания (в соответствии Положением о вступительных испытаниях УУНИТ): собеседование.

При проведении собеседования опрос одного поступающего продолжается не более 25 минут, включая время подготовки ответов на вопросы членов предметной комиссии.

Процедура собеседования оформляется листом собеседования.

Максимальный балл за устное собеседование – 100.

Абитуриент, не согласный с оценкой, полученной на ВИ и (или) в связи с нарушением процедуры проведения ВИ имеет право подать апелляцию. Процедура подачи и рассмотрения апелляции регламентируется Положением об апелляционной комиссии УУНиТ.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТВЕТА

Критериями оценки экзаменационного ответа, поступающего в магистратуру являются полнота, логичность, доказательность, прочность, осознанность знаний и теоретическая обоснованность суждений, самостоятельность в интерпретации информации, практическая направленность, уровень овладения профессиональными умениями и др.

Результаты экзамена определяются по 100-балльной шкале, разброс баллов представлен ниже в таблице:

№	Критерии оценивания	Оценка
1	<p>Дан полный развернутый ответ на теоретический вопрос:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Грамотно использована научная терминология; – Четко сформулирована проблема, доказательно аргументированы выдвигаемые тезисы; – указаны основные точки зрения, принятые в научной литературе по рассматриваемому вопросу; – аргументирована собственная позиция или точка зрения, обозначены наиболее значимые в данной области научно-исследовательские проблемы. 	<p>85-100 баллов «отлично»</p>
2	<p>Дан в целом правильный ответ на теоретический вопрос:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применяется научная терминология, но при этом допущена ошибка или неточность в определениях, понятиях; – проблема сформулирована, в целом доказательно аргументированы выдвигаемые тезисы; – имеются недостатки в аргументации, допущены фактические или терминологические неточности, которые не носят существенного характера; – высказано представление о возможных научно-исследовательских проблемах в данной области. 	<p>67-84 балла «хорошо»</p>
3	<p>Дан в основном правильный ответ на теоретический вопрос:</p> <ul style="list-style-type: none"> – названы и определены лишь некоторые основания, признаки, характеристики рассматриваемой проблемы; – допущены существенные фактические и (или) терминологические неточности; – собственная точка зрения недостаточно полно аргументирована; – не высказано представление о возможных научно-исследовательских проблемах в данной области. 	<p>50-66 баллов «удовлетворительно»</p>
4	<p>Дан фрагментарный ответ или неправильный ответ на теоретический вопрос из предложенного тематического раздела:</p> <ul style="list-style-type: none"> – отмечается отсутствие знания терминологии, научных оснований, признаков, характеристик рассматриваемой проблемы; – собственная точка зрения по данному вопросу не представлена. 	<p>0-49 баллов «неудовлетворительно»</p>

СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ПРОГРАММЫ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

1. Общие вопросы теории журналистики

Журналистика как часть массовой коммуникации. Журналистика как социальный институт: роль, задачи и функции.

Системоформирующие факторы (социально-политическая организация общества, общественные (социальные) интересы, образование и культура, экономический и технико-технологический фактор) и их роль по отношению к системе массовой коммуникации.

Проблемы развития мировой цивилизации и журналистика.

Проблемы свободы СМИ в современных условиях.

Журналистика как институт демократии. Журналистика как «четвертая власть». Журналистика и общественное мнение. СМИ как сфера публичной политики в демократическом обществе

СМИ и проблемы информационной безопасности. Массовая информация и информационная безопасность России.

Понятие «глобальная журналистика» в условиях информационного общества.

2. Система средств массовой информации

Медиасистема как отображение многообразия интересов и потребностей различных социальных групп общества.

Типология СМИ. Понятие типологии и классификации. Основные типоформирующие факторы изданий, теле, радиопрограмм. Типологическая специфика изданий, теле- и радиопрограмм на современном этапе.

Периодическая печать в системе средств массовой информации. Ее функции. Газеты, еженедельники, журналы как основные виды изданий. Качественная и массовая пресса. Динамика развития периодических изданий в условиях информационного рынка. Процесс её трансформации в мультимедийные форматы.

Телевидение в системе СМИ. Его функции. Основные виды. Тенденции развития. Типология телевизионных каналов и программ. Телевизионная аудитория: методы и средства социологического исследования.

Радиовещание в системе средств массовой информации. Его функции. Основные виды. Тенденции развития. Типология радиоканалов и программ. Государственное и негосударственное радиовещание.

Сетевые СМИ: функции, структура, тенденции развития. Типологические характеристики, содержательные и функциональные аспекты, жанровое своеобразие, языковые особенности. Место и роль блоггерства в развитии гражданской журналистики.

Информационные агентства и службы в системе СМИ: современное состояние и тенденции развития.

Общероссийские и региональные СМИ как различные уровни коммуникации. Проблемы формирования и развития системы региональных средств информации.

Экономические, социально-политические и духовно-идеологические условия и факторы развития современной отечественной системы средств массовой информации. Медиахолдинги в системе массмедиа. Уровень развития института массовой информации российских регионов. Тенденции конвергенции, перехода традиционных СМИ в сеть. Роль СМИ в проведении демократических преобразований в России. Основные тренды в развитии СМИ России.

3. Организация работы редакции, редакционный менеджмент, экономика, техника и технология СМИ

Редакция как профессионально – творческая, организационно-производственная и экономическая структура. Структура редакции и современные тенденции ее формирования. Особенности функционирования редакции в различных видах СМИ.

Программирование и планирование в редакционной практике. Моделирование в журналистике. Виды и типы моделей.

Соотношение организационной, управленческой, производственной, творческой и коммерческой деятельности.

Редакционный менеджмент. Задачи, направления и методы работы.

Техническая база СМИ на современном этапе. Принципы верстки периодических изданий. Основные тенденции развития полиграфической техники. Электронные технологии в журналистике.

Экономические основы функционирования СМИ. Формы собственности и особенности концентрации капитала в сфере СМИ: издательские дома, медиа-холдинги, концерны.

Условия и факторы развития рекламы в СМИ. Виды рекламы. Жанры рекламы. Рекламные кампании в прессе, на радио, телевидении.

4. Основы журналистской деятельности

Журналистский текст как продукт авторского творчества. Общие закономерности журналистского творчества. Система методов журналистского творчества на различных стадиях создания и порождения текста.

Система жанров журналистики и тенденции их развития. Новостная журналистика. Особенности репортерской деятельности. Жанровая структура. Сущность аналитической журналистики. Расследовательская журналистика. Публицистика как вид творческой деятельности. Художественно-публицистические жанры, жанры литературно-художественной критики и библиографии. Творческая индивидуальность журналиста, его профессиональные качества.

Влияние новых информационных технологий на процесс журналистской деятельности.

5. Правовые и этические основы функционирования журналистики

Основные принципы, направления и способы регулирования деятельности СМИ. Система современного российского законодательства о СМИ. Закон РФ о средствах массовой информации как базовый нормативный акт. Государственные органы управления и контроля в сфере СМИ: правовой статус, основные функции.

Права и обязанности журналиста. Нормы авторского права в сфере журналистики.

Этические нормы как база профессиональной деятельности журналиста.

Этические принципы взаимоотношений журналиста с источниками информации, героями публикаций и аудиторией СМИ.

Кодексы профессиональной этики журналиста (отечественные и зарубежные).

6. Социология и психология журналистики

Социология и журналистика: направления использования социологических подходов, методов и информации в журналистской практике.

Социальные функции СМИ. Социальные эффекты деятельности СМИ. СМИ и общественное мнение. Методы изучения общественного мнения и способы представления его в СМИ.

Социологическое обеспечение при разработке концепции и программы органа информации.

Аудитория СМИ. Методы и центры изучения аудитории СМИ. Современные способы измерения рейтинга теле, и радиоканалов.

Методы изучения текстов печати, телевидения, радио (контент-аналитические исследования).

Редакция и журналисты как объекты социологических исследований.

Психологические и социально-психологические аспекты функционирования массовой информации в обществе. Особенности и закономерности восприятия массово-информационных текстов. Психология личности журналиста, журналистского мышления и творчества. Формирование имиджа коммуникатора.

Классификация журналистских материалов в зависимости от их воздействия на психику личности: сообщение, внушение, убеждение.

Типы текстов, связанных с парадигмой мышления.

7. Стилистика и литературное редактирование

Язык и стиль массовой коммуникации. Характеристика газетно-публицистического стиля. Основной стилистический принцип публицистики. Функционирование языковых единиц (лексических, фразеологических, морфологических, синтаксических) в журналистских жанрах. Стилистика текста.

Текст как объект литературного редактирования. Психологические особенности редактирования. Логические основы редактирования текста. Работа над композицией авторского материала. Виды текстов и особенности работы с ними. Работа с фактическим материалом. Работа над языком и стилем публикаций. Методика редактирование авторского текста.

8. История отечественной журналистики

Возникновение русской журналистики. Первая русская печатная газета «Ведомости». Характер «Ведомостей» как государственного органа печати.

Журналистская деятельность А.И.Герцена. Герцен в «Отечественных записках» и «Современнике». Вольная русская пресса XIX века за рубежом («Полярная звезда», «Колокол» А.И.Герцена).

Демократические журналы «Современник» и «Русское слово». Эпоха реформ. Структура и содержание журналов. Публицистика Чернышевского, Добролюбова, Писарева.

Журнал «Отечественные записки» под редакцией Н.А.Некрасова и М.Е.Салтыкова-Щедрина. Общественно-политическое направление журнала. Сатирическая публицистика М.Е.Салтыкова-Щедрина.

Отечественная журналистика в период Гражданской войны (1918-1921 гг.). Новые типы периодики, информационное агентство РОСТА.

Журналистика периода Великой Отечественной войны. Изменения в структуре СМИ страны в 1941-1945 годах. Система военной печати. Публицистика военных лет (О.Берггольц, С.Борзенко, Я.Галана, Б.Горбатова, В.Гроссмана, Е.Кононенко, Л.Леонова, П.Лидина, А.Платонова, Б.Полевого, Н.Тихонова, К.Симонова, А.Толстого, А.Фадеева, М.Шолохова, И.Эренбурга и др.).

Отечественная журналистика в послевоенные годы и периода «оттепели» (1946-1964 гг.).

Журналистика периода господства партийной административно-командной системы (1965-1985 гг.). Ужесточение политического и цензурного режима в стране. Углубление и расширение системы СМИ. Пропаганда советского образа жизни.

Журналистика периода перестройки (1985-1991 гг.). Создание нового института издателей. Пресса неформальных организаций, возникновение альтернативной, негосударственной журналистики. Публицистика периода перестройки.

Отечественные СМИ на современном этапе реформирования и развития российского общества. Правовое обеспечение деятельности журналистики. Коммерциализация СМИ.

9. Зарубежная журналистика

Предпосылки и условия возникновения первых европейских газет.

Значение Английской буржуазной революции для развития европейской прессы. Оформление авторитарной и либертарианской теорий печати.

Значение Великой французской революции для развития журналистики. Начало революции и возникновение политической журналистики. Развитие провинциальной прессы во время революции. Законодательство о печати периода директории.

Социально-политические условия и технические предпосылки появления массовой прессы в Европе и США. «NewYorkSun» Бенджамина Дея (1833 г.) как первый представитель американской пенни-пресс. Значение пенни-пресс для развития рекламного дела.

Радикальные газеты 1810-х и нелегальные издания 1830-х гг. как предшественники массовой прессы в Великобритании. «DailyTelegraph» и «ManchesterGuardian» как первые представители дешевой британской прессы.

Особенности развития европейской и американской журналистики на рубеже XIX –XXI веков. «St. LouisPost-Dispatch» Д.Пулитцера (1878 г.) как первопроходец «нового журнализма». От «нового журнализма» к «желтому»: конкурентная борьба «NewYorkWorld» (1883 г.) Пулитцера и «NewYorkJournal» (1895 г.) У.Херста.

Особенности «нового журнализма» в Великобритании. Истоки и особенности процесса монополизации прессы в США и Великобритании.

Особенности становления вещания в европейских странах и США, формирование основных моделей вещания. Особенности развития радио в течение первых двух десятилетий XX века. Разновидности государственных моделей радиовещания в ведущих странах континентальной Европы.

Предпосылки возникновения и особенности развития новейших средств массовых коммуникаций. Развитие технологий кабельного и спутникового вещания в США во второй половине XX века. CNN как первая глобальная сеть теленовостей.

Национальные особенности развития интернет-журналистики в различных странах мира.

**ДЕМОВЕРСИЯ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО ВАРИАНТА
пробный билет**

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»**

**ФАКУЛЬТЕТ БАШКИРСКОЙ ФИЛОЛОГИИ, ВОСТОКОВЕДЕНИЯ
И ЖУРНАЛИСТИКИ**

**Вступительные испытания в магистратуру
Дисциплина: теория и история журналистики**

Экзаменационный билет № 1

1. Журналистика в условиях глобализации.
2. Определение понятий «медиаэкономика» и «медиаресурсы».

И.о. зав. кафедрой журналистики

Р.Д.Мустафина

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

История отечественной журналистики XVIII-XIX и XX веков.

1. Есин Б.И. История русской журналистики (1703-1917): учебно-методический комплект - М.: Флинта, 2006.
2. Очерки по истории русской журналистики и критики. Т.1 Л.,1950, Т.2.Л..1965.
3. История русской журналистики XVIII-XIX веков. Тексты, /под ред. Б.И. Есина. Изд. Моск. ун-та., 1986.
4. Кузнецов И. В. История отечественной журналистики (1917-2000 г.) 3-е изд., испр. - М.: Флинта, 2006.
5. Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики. Переходный период (Вторая половина 80-х - 90-е годы): Уч. пос. для студентов отделений и факультетов журналистики государственных университетов. - М., 1996.
6. Махонина С.Я. История русской журналистики начала XX века. Учебное пособие 5-е изд., стереотип. - М.: Флинта, 2011.

История зарубежной журналистики

1. Ворошилов В.В. История журналистики зарубежных стран. СПб., 2000.
2. Мкртчян Г.И. История английской журналистики XVII- начала XIX веков. М., 2000.
3. Прутцков Г.В. История зарубежной журналистики. 1800-1929. Учебно-методический комплект (учебное пособие, хрестоматия) - М.: Аспект Пресс, 2010.

Основы журналистской деятельности

1. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000.
2. Тертычный А.А. Аналитическая журналистика: Познавательный-психологический подход. М., 1998.
3. Корконосенко С.Г. Теория журналистики: моделирование и применение. Учебное пособие - М.: Логос, 2010.
4. Ким Н.М. Журналистика. Методология профессионального творчества. СПб., 2004.
5. Коновалова О.В. Основы журналистики. М. – Ростов-на-Дону. 2005.
6. Олешко В.Ф. Журналистика как творчество. М., 2003.

Система, техника и технология СМИ

1. Алиева С.А. Современная медиасистема России. Уфа, РИЦ БашГУ, 2016, - 104 с.
2. Калмыков А.А. Интернет-журналистика. Учебник - М.: Юнити-Дана, 2005.
3. Амзин А.А. Новостная интернет - журналистика. Учебное пособие -

М.: Аспект Пресс , 2012.

4. Вирен Г. Современные медиа: Приемы информационных войн: Учеб.пособие для студентов вузов. - М.: Аспект Пресс, 2013. - 126 с.

5. Дзялошинский И. Современное медиапространство России: Учеб.пособие для студентов вузов.– М.: Аспект Пресс, 2015. - 312 с.

6. Типология периодической печати: учебное пособие для студентов вузов / М.Е. Аникина, В.В. Баранов, О.А. Воронова и др. ; под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской .- М. : Аспект Пресс, 2009 .- 236 с.

7. Ситников В.П. Техника и технология СМИ: печать, радио, телевидение-М., 2002, 175с.

Правовые основы и профессиональная этика журналиста

1. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста. Учебник - М.: Аспект Пресс , 2011.

2. Матушевский Р.Г. Правовые основы СМИ и журналистики. Конспект лекций. Учебное пособие - М.: А-Приор , 2006.

Основы рекламы и PR

1. Королько В.Г. Основы публичных рилейшнз. М.: «Рефл-бук», 2000. 415 с.

2. Кривонос А.Д. PR- текст в системе публичных коммуникаций. СПб., 2001. 254 с. Изд. 2-е, доп. СПб., 2002.

3. Ученова В.В., Гринберг Т.Э., Конаныхин К.В., Петрушко М.В., Шомова С.А. Реклама: Палитра жанров. М., 2004.

4. Харрисон Ш. Связи с общественностью. Вводный курс. СПб.: Издат. дом «Нева»; М.: ОЛМА-ПРЕСС Инвест, 2003. 368 с.

Социология и психология журналистики

1. Олешко В.Ф. Психология журналистики: Учебник и практикум / В.Ф. Олешко. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 351 с.

2. Социология журналистики: Учеб. Пособие для студентов вузов/ Под ред. /С. Г. Корконосенко. М., 2004.

3. Свитич Л.Г. Социология журналистики: учебник для академического бакалавриата / Л.Г.Свитич. — М.: Издательство Юрайт, 2015. - 397 с.

4. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации/ Л.Н. Федотова.- М.: Аспект Пресс, 2003 .- 400 с.