

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Мариупольский государственный университет имени А.И. Куинджи»

УТВЕРЖДЕНО

Решением Ученого совета

Мариупольского государственного
университета имени А.И. Куинджи

Протокол от «28» марта 2024 № 7

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ**

42.04.02 – «Журналистика»

(шифр, название направления подготовки)

Мариуполь – 2024

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Данная программа предназначена для подготовки к вступительному испытанию по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика.

Цель вступительного испытания – проверка уровня знаний будущего магистранта, его способности к практической деятельности, а также к исследовательской работе в области истории и теории журналистики, медиакоммуникаций. Поступающему в магистратуру необходимо продемонстрировать умение связывать отдельные факты деятельности СМИ с общим медиаконтекстом, понимать зависимость истории журналистики от историко-литературного контекста, роль медиатекстов в формировании медиасреды, понимать взаимозависимость литературы, публицистики, журналистики и общественного мнения.

Продолжительность вступительного испытания – 60 минут.

2. ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Экзамен длится 1 (один) астрономический час, отсчет времени начинается с момента вскрытия конверта с экзаменационными материалами. По истечении установленного срока абитуриент должен сдать свою работу независимо от того, закончена она или нет.

Во время проведения вступительного испытания запрещается пользоваться словарями, справочниками и другими пособиями.

Абитуриенту предлагается проштампованный бланк для оформления работы (абитуриенту предоставляется отдельный бланк для черновика).

Абитуриент обязан сдать по окончании экзамена столько же листов, сколько ему было выдано. При необходимости экзаменатор может выдать дополнительные листы, сделав пометку на титульном листе.

Фамилия абитуриента указывается только на титульном листе. Работы экзаменуемых шифруются, и экзаменаторы проверяют работы, не зная фамилии их авторов, поэтому ни в коем случае нельзя оставлять какие бы то ни было условные знаки, пометки на полях, в противном случае работа проверяться и оцениваться не будет, а его автор получит неудовлетворительную оценку.

3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

I РАЗДЕЛ ИСТОРИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Отечественная журналистика и публицистика 1-й половины XIX в. Историко-литературная ситуация 1-й половины XIX в. Журналистика и историко-литературный процесс в 1-й половине XIX в. Творчество писателей 1-й половины XIX в. в контексте истории журналистики.

Литературные альманахи и их роль в истории русской журналистики. Возникновение коммерческой журналистики и процесс профессионализации труда журналиста, редактора и издателя. «Натуральная школа» в литературе, журналистике и критике. «Славянофильская» периодика. «Вольная русская печать» за границей. Журнал "Современник" и его роль в историко-культурном процессе 1840-х–первой половине 1850-х. Судьбы ведущих периодических изданий эпохи.

Отечественная журналистика 2-й половины XIX и начала XX в.

Историко-литературная ситуация 2-й половины XIX в. Эволюция «натуральной школы». Творчество писателей 1-й половины XIX – начала XX в. в контексте истории журналистики. Журналистика и историко-литературный процесс во второй половине XIX и начале XX в. Демократические, либеральные и консервативные периодические издания. Судьбы «толстого» журнала конца XIX века. Появление общенациональных газет. Развитие региональной печати. Периодические издания русского модернизма. Политическая публицистика и журналистика. Критическая деятельность символистов.

Отечественная журналистика и публицистика 1-й половины XX в.

Историко-литературная ситуация конца XIX – начала XX в. и литературный процесс. Октябрьская революция 1917 г. и литературный процесс. Партийная политика в области

литературы в 1920-е – 1930-е гг. Великая Отечественная война и русская литература. Партийная политика в области литературы в 1940-е – 1950-е гг. Модернистские течения в русской литературе и периодике. Поэзия и драматургия 1920-х – 1950-х гг. в контексте периодики. Специфика эмигрантской литературы и журналистики.

Журналистика и власть в советский период. Формирование концепций социалистического реализма и «управляемой литературы». Политические процессы и пропагандистские кампании 1920-х – 1930-х гг. и их освещение в журналистике. Военная журналистика 1940-х гг. Периодические издания русской эмиграции.

Отечественная журналистика 2-й половины XX – начала XXI в.

Историко-литературная ситуация 1960-х гг. – 1980-х гг.: основные вехи. «Оттепель», «застой», «перестройка» как историко-культурные понятия. Литературный процесс 2-й половины XX – начала XXI в. и его отражение в журналистике. Советская журналистика как историко-культурный феномен. Послевоенная журналистика и власть: кампании по раскрытию псевдонимов, «по разоблачению космополитизма», по «ликвидации низкопоклонства перед Западом». Журналистика периода «оттепели». Журналистика эпохи «застоя». «Перестройка» и периодическая печать. Феномен «самиздата». Русская литература и периодика за границей.

Основные тенденции развития современной периодики. Типы современных периодических изданий. Формы собственности современных СМИ.

II РАЗДЕЛ ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ЖУРНАЛИСТИКИ

Массовая коммуникация.

Понятие «журналистика» в ряду терминов «средства массовой информации», «средства массовой коммуникации», «средства массовой пропаганды», «средства массового общения» (mass media) и других. Функции журналистики.

Понятие «массовой информации», ее основные характеристики. Качества массовой информации: достоверность, объективность, актуальность, оперативность, последовательность и т.д. Специфика массово-информационной деятельности: сбор, обработка, компоновка, передача, восприятие, трансформация, хранение и использование информации.

Понятие текста и его взаимодействие с аудиторией. Принятая и реальная информация. Проблема информационной насыщенности текста и его информативности.

Жанры журналистики.

Понятие жанра. Жанровая структура журналистики. Информационные, информационно-аналитические и публицистические жанры.

Произведение: содержание (тема, проблема, идея) и форма (жанр, композиция, стиль). Процесс создания произведения: замысел, подготовленность и подготовка к реализации, сбор и обработка данных, гипотезы (предполагаемые решения) и их разработка. Создание текста и включение его в структуру номера (программы).

Система СМИ.

Использование в СМИ научного, художественного, публицистического типов творчества. Роль и специфика публицистики в журналистике. Публицистика и общественное мнение.

СМИ как инструмент формирования, преобразования и развития общественного мнения. Право на информацию журналистов и аудитории. Проблема информированности. Информационная безопасность. Информация и дезинформация. Проблема «информационного порядка» в обществе.

Печать, телевидение и радиовещание в системе СМИ. Особенности социально-психологического контакта печати, телевидения, радио и интернет-СМИ с пользователем.

СМИ как функционирующая система. Компоненты системы [«учредитель» («владелец», «издатель», «вещатель»), «журналист», «текст», «канал», «аудитория» и др.], ее структура, взаимодействие компонентов. Навыки и приемы журналистского труда в редакционном коллективе.

Глобализация и проблемы формирования единого мирового «информационного пространства» на пути к «открытому обществу».

Социальная позиция журналиста. Гуманистические критерии деятельности в СМИ. Журналистика как инструмент политики. Политическая культура журналиста. Политический анализ: требования и процесс.

Основные организационно-программные модели индустрии СМИ. Экономические основы функционирования СМИ в государственном, общественном, частном секторах. Источники средств. Проблема экономической независимости. Диверсификация источников финансовых поступлений.

Творческая деятельность журналиста.

Виды творческой деятельности в журналистике. Журналист как руководитель СМИ и его подразделений, редактор (продюсер и т.д.), организатор, автор при подготовке номера, программы, пресс-релиза и т.д. Редакция как творческий коллектив.

Роль аудитории в определении информационной политики. Расчетная, реальная, потенциальная аудитория. Закономерности информационного поведения аудитории. Знание аудитории как условие эффективности. Представления о потребностях, интересах, мотивах, предпочтениях, запросах аудитории.

Реклама.

Реклама в обществе. Функции рекламы. Социальные и асоциальные эффекты рекламы. Психология воздействия рекламы на потребителя. Слагаемые рекламной коммуникации. Реклама и Public Relations.

4. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

100-90 (отлично)	Абитуриент даёт полный и аргументированный ответ на все заданные вопросы, демонстрирует знания и общую эрудицию, приводит примеры, ссылается на источники.
75-89 (хорошо)	Абитуриент даёт краткий правильный ответ на все заданные вопросы, демонстрирует знания и общую эрудицию.
60-74 (удовлетворительно)	Абитуриент даёт поверхностный и недостаточно корректный ответ на вопросы.
0-59 (неудовлетворительно)	Ответ абитуриента демонстрирует отсутствие или недостаточный уровень знаний в предметной области.

5. ОБРАЗЕЦ ПРИМЕРНОГО ЗАДАНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Мариупольский государственный университет имени А.И. Куинджи»
(ФГБОУ ВО «МГУ имени А.И. Куинджи»)

Факультет филологии и массовых коммуникаций

42.04.02 Журналистика

УТВЕРЖДАЮ

И.о. декана факультета филологии и
массовых коммуникаций

« ____ » _____ 2024 г.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № ____

УРОВЕНЬ I

Выбрать один из вариантов ответов.

1. Штаб-квартира Международной федерации журналистов расположена в:

- а) Лондоне;
- б) Берлине;
- в) Брюсселе;
- г) Женеве

2. Лозунг школы воспитания информатора:

- а) «работать с фактами, а не с комментариями»;
- б) «информируй, а не анализируй»;
- в) «плюрализм извне»;
- г) «достоверная информация – самая дорогая».

3. Какой радиожанр призван создать иллюзию эффекта присутствия?

- а) радиокорреспонденция;
- б) радиобеседа;
- в) радиорепортаж;
- г) радиоотчет.

4. Первая газета в мире вышла в:

- а) во Франции;
- б) в Германии;
- в) в Англии;
- г) в Нидерландах.

5. Сущность и специфику журналистики изучает:

- а) медиапрагматика;
- б) история журналистики;
- в) теория журналистики;
- г) издательское дело.

УРОВЕНЬ II

Дать краткий ответ на вопрос.

Перечислите информационные жанры журналистики.

УРОВЕНЬ III

Дать развернутый ответ на вопрос (до 10 предложений).

Оцените перспективы телевизионной журналистики в XXI в.

6. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

7.

1. Багиров, Э.Г. Основы телевизионной журналистики. – : учеб. пособие для вузов по спец. "Журналистика" / Э. Г. Багиров, Р. А. Борецкий, А. Я. Юровский ; Под ред. А. Я. Юровского. - М. : Изд-во МГУ 1987.- 238 с.
2. Кузнецов, Г.В., Цвик, В.Л., Юровский, А.Я. Телевизионная журналистика : Учебник. – М., 2002. - 304 с.
3. Батра, Р., Майерс Д. Д., Аакер, Д. А. Рекламный менеджмент. / пер. с англ. ; 5-е изд. – МЛ, СПб., К. : Вильямс, 1999. – С. 707-729.
4. Березин, В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. – М. : РИП-холдинг, 2003. – С. 44-150, 158, 164-167.
5. Борецкий, Р. А. Осторожно, телевидение! / Р. А. Борецкий. – М. : ИКАР, 2002. – С. 11-31.
6. Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран: Учеб. пособие. –М. : Аспект Пресс, 2003. - 334 с.
7. Вартанова, Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М. : Аспект Пресс, 2003. - 334 с.
8. Ворошилов, В.В. Журналистика. – 6-е изд.- М. : КНОРУС, 2009, С. 403 – 481.
9. Головлёва, Е. Л. Основы рекламы : учебное пособие / Е. Л. Головлёва. – М.: Главбух, 2003. – С. 11-15, 85.
10. Голядкин, Н. А. История отечественного и зарубежного телевидения: [учеб. пособие для студентов вузов] – М.: Аспект Пресс, 2004. – С.12-7, 39-43, 56-62, 98-115.
11. Грабельников, А.А. Работа журналиста в прессе, М.,РИП-холдинг, 2001.
12. Гуревич, С. М. Газета: Вчера, сегодня, завтра: учебное пособие для вузов. – М. : Аспект Пресс, 2004.
13. Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ. – М. : Аспект Пресс, 2009,С.102-180.
14. Егоров, В.В. Телевидение: страницы истории. М.: Аспект Пресс, 2004.- 200с.
15. Егоров, В.В. Терминологический словарь телевидения: основные понятия и комментарии. – М., 1995. – 92 с.
16. Засурский, Я.Н. СМИ вступают в эпоху мобильной коммуникации // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. - 2005. - 2005; N5. – С. 3-6.
17. Интернет-СМИ: теория и практика: учеб.пособие / Под ред. М.М. Лукиной.- М. : Аспект Пресс, 2010.-348с.
18. Кацев, И. Г. История российского телевидения, 1907-2000 : курслекций / [Рос. гос. гуманитарный ун-т]. - М.: РГГУ, 2004.
19. Кирия, И.В. Зарубежный медиамаркетинг. - М.: ВК, 2006.
20. Кихтон, В. В. Информационные технологии в журналистике. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2004. – 211 с. Колесниченко, А.В. Практическая журналистика. – М. : Изд-во Моск. Ун- та, 2010.
21. Кузнецов, Г. В. ТВ-журналистика: критерии профессионализма. – М.: РИП-холдинг, 2003. – С. 126-130.
22. Makeenko, E. I. The Leading Media Corporations in the US: Tendencies and Strategies of Development, М., «Медиаскоп», электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им М.В.Ломоносова, выпуск №2. 2007 г. - Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/50>
23. Михайлов, С.А. Современная зарубежная журналистика: учебник. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2005. - 319 с.
24. Мудров, А. Н. Основы рекламы: учебник. – М.: Экономистъ, 2005.
25. Основы медиабизнеса. / под ред. Е. Л. Вартановой - М.:Аспект Пресс, 2009.

26. Поберезникова, Е. В. Телевидение взаимодействия: Интерактивное поле общения : [учеб. пособие для студентов вузов]. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 220 с.
27. Проблематика СМИ. Информационная повестка дня. Учебное пособие. М., Аспект Пресс, 2008.
28. Засурский, Я.Н. Российская модель СМИ в начале XXI века // Засурский Я.Н. Искушение свободой. Российская журналистика:1990-2007.М., МГУ, 2007. С. 421-427.
29. Российское телевидение: между спросом и предложением (под ред. А.Г. Качкаевой, И.В. Кирия). - М.: Элиткомстар, 2007. Т. 1.
30. Рэддик, Р., Кинг, Э. Журналистика в стиле онлайн. М., 1999. 415 с.
31. Система средств массовой информации России. Учебное пособие. М. Аспект Пресс, 2001., с.3-17; 35 -149; с. 150 -163.
32. Ситников, В. П. Техника и технология СМИ: печать, телевидение, радиовещание. – М. : Эксмо, 2004. – С. 5,15-34, 46-57, 59-69, 99-100.
33. Социальная журналистика: Профессия и позиция. /Под ред.Т.И.Фроловой. М. : АСИ, 2006, с.5-38.
34. Засурский, Я.Н. Социологические аспекты журналистской науки // Засурский Я.Н. Искушение свободой. Российская журналистика:1990-2007, М., МГУ, 2007. С. 415 -421.
35. Средства массовой информации постсоветской России. Учебное пособие. М., Аспект Пресс, 2002.
36. Средства массовой информации России: уч. пособие для студентов вузов / под ред. Я. Н. Засурского. М.: Аспект Пресс, 2005.
37. Средства массовой информации России: учебное пособие для студентов вузов / под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2005. – С. 342-359.
38. Тертычный, В. В. Жанры периодической печати: учебное пособие. М. : Аспект Пресс, 2000. – С. 84-88.
39. Узбстер, Ф. Теории информационного общества. – М.: Аспект Пресс, 2004. - 398 с.
40. Фомичева, И.Д. Социология СМИ. - М.: Аспект Пресс, 2007. С. 46-77.
41. Фролова, Т.И. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге. М.:Пульс,2003, с.20 - 45.
42. Шкондин, М.В. Трансформация СМИ России: системные аспекты. \\\ Вестник Моск. ун-та. Сер.10. Журналистика. 2000, № 1.
43. Энциклопедия мировой индустрии СМИ : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 "Журналистика" / отв. ред. Е. Л. Варганова. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 374 с.
44. Яковлев, И. П. Ключи к общению. Основы теории коммуникаций. – 2-е изд., перераб. – СПб. : Авалон, 2006. – С. 9, 11-14, 15-21, 29, 73-79, 175-190, 198-200.

