

Автономная некоммерческая организация
высшего профессионального образования
«Московский гуманитарный институт имени Е.Р. Дашковой»

УТВЕРЖДАЮ
Председатель
приемной комиссии

Н.П.Карпиченко

« » марта 2014г.

ПРОГРАММА

вступительного экзамена по специальности

**10.01.10 «Журналистика»
по филологическим наукам**

Разработчик: кандидат филологических наук Павельева Ю.Е.

Программа одобрена Ученым советом Института

Протокол № 7 – 2013/2014 от «20» марта 2014 года.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Содержание экзамена
2. Литература
3. Вопросы для подготовки к экзамену
4. Примерная тематика рефератов

1. СОДЕРЖАНИЕ ЭКЗАМЕНА

Раздел I. Теоретико-методологические основы журналистики

Тема 1. Основные понятия и категории теории журналистики

Система понятий теории журналистики. Понятие «журналистика» в ряду терминов «средства массовой информации», «средства массовой коммуникации», «средства массовой пропаганды», «средства массового общения» (mass media) и др.

Система основных категорий науки о журналистике. Центральное место понятия «массовая информация» в структуре системы категорий. Сферы и области научного

знания о журналистике: теория, история, социология. Связи и взаимодействия. Особенности развития и современного состояния.

СМИ как функционирующая система. Компоненты системы («учредитель» «владелец», «издатель», «вещатель», «журналист», «текст», «канал», «аудитория» и др.), структура системы и взаимодействие компонентов.

Значение научного знания для практики журналистской деятельности. Проблема «практичности» научного знания и его востребованное.

Тема 2. Журналистика как сфера массово-информационной деятельности

Массовая информация как продукт массово-информационной деятельности. Массовая информация и социальная информация. Массовая аудитория и ее характеристики. Структура массово-информационной деятельности: сбор, обработка, компоновка, передача, восприятие, трансформация, хранение и использование массовой информации. Потенциальная, принятая и реальная информация. Семантический, синтаксический и прагматический аспекты массово-информационных текстов.

Признаки и специфика массовой информации. Журналистика как носитель массовой информации. Массово-информационная деятельность: сбор, обработка, компоновка, передача, восприятие, трансформация, хранение и использование информации.

Семантический аспект массово-информационной деятельности. Информация и знания о действительности. Синтаксический аспект массово-информационной деятельности. Принципиальные возможности структурирования текста и основания использования различных элементов в разных ситуациях.

Прагматический аспект массово-информационной деятельности. Текст (потенциальная информация) и аудитория. Принятая и реальная информация. Проблема информационной насыщенности текста и его информативности. Условия и критерии информативности: не банальность, декодируемость и релевантность.

Право на информацию журналистов и аудитории. Проблема информированности. Информационная безопасность. Информация и дезинформация. Проблема «информационного порядка» в обществе.

Массовая информация в социальном управлении. Информационные потребности и интересы аудитории. Сущность и механизм информационного взаимодействия в системе «СМИ – массовая аудитория».

Ожидаемые и реальные результаты массово-информационных контактов.

Информация как фактор формирования сознания и направленности поведения массовой аудитории. Массовая информация и социальные институты: прямые и опосредованные последствия информационного взаимодействия.

Тема 3. Функции и принципы журналистики

Функции журналистики. Идеологические, культурно-просветительские, рекреативные, рекламно-справочные и другие функции СМИ. Соотношение функций и целей в сфере производства и распространения массовой информации. Информация и коммуникация как основа массово-информационного процесса.

Функциональный подход к журналистской деятельности. Место категории «функция» в системе знаний о журналистике. Взаимосвязи понятий «цель», «средства», «деятельность», «результат». Функции журналистики: объективное предназначение и субъективное целеполагание. Роль объективного знания о функциях. Классификация функций: современные подходы.

Функциональная роль СМИ в общественной системе и представления о функциях различных субъектов системы (учредителя, журналиста, аудитории). Объективные причины и формы проявления. Функциональные, дисфункциональные, нефункциональные, афункциональные результаты.

Коммуникативная функция в деятельности журналистики. Понятие коммуникации. Многообразие коммуникативных средств и форм. Средства массовой коммуникации.

Система функций в связи с необходимостью обеспечения «информационного дублирования» всех процессов жизнедеятельности общества.

Идеологические функции. Понятие «идеология», проблема «деидеологизации», «переидеологизации», «реидеологизации». Идеология и социальная ориентация. Журналистика и массовое сознание. Структура массового сознания и её реальное бытие в различных социальных группах. Журналистика и различные компоненты массового сознания (мировоззрение, мирозерцание, историческое сознание, общественное мнение).

Культуроформирующие функции СМИ. Журналистика в ряду других институтов культуры СМИ в отношениях с «массовой культурой». СМИ и культура быта, досуга, здоровья, общения и т.д. Рекламно-справочная (утилитарная) информация. Рекреативные функции СМИ. Журналистика и развлечение, психологическая релаксация.

Непосредственно-организаторские функции СМИ. Массово-информационное обеспечение решения политических, экономических, социальных и других задач. СМИ и реализация программ, выдвигаемых представляемыми этими СМИ и стоящими за ними социальными силами, партиями, организациями. Участие журналистики в управлении и социальном контроле. Журналистика и социальная защита граждан.

Функции журналистики как система. Взаимодополнение функций в массово-информационном процессе. Монофункциональные и полифункциональные произведения. Функциональная структура отдельных изданий и программ. Представления журналиста о функциях и выполнение их в зависимости от его взглядов на жизнь общества. Система принципов журналистской деятельности.

Тема 4. Журналистика в системе социальных институтов общества

Особенности журналистики как социального института. Процесс функционирования журналистики в обществе. Ее социальное назначение. Различные секторы СМИ: государственные, государственно-общественные, частные. Журналистика как система средств массовой информации. Традиционные и новые СМИ. Их типология. Плюрализм и толерантность в сфере массовой информации. СМИ как канал выражения и согласования социальных интересов. Социальный диалог в СМИ как средство достижения целей социального консенсуса, согласия, социального партнерства. СМИ как четвертая власть. Информационная политика в области СМИ. Проблемы информационной безопасности.

Тема 5. Свобода печати и журналистской деятельности

Свобода журналистики как базовая основа функционирования средств массовой информации. Становление и характер концепций свободы: авторитарной, либеральной (полной свободы), социальной ответственности. Современные подходы и решения. Юридический аспект свободы журналистики. Современное российское законодательство в сфере СМИ. Законодательно закрепленные права и обязанности различных субъектов массово-информационной деятельности. Экономические аспекты свободы журналистики.

Тема 6. Журналист как субъект массово-информационной деятельности

Журналист как профессиональный субъект массово-информационной деятельности. Соотношение понятий «свобода», «необходимость», «ответственность» (теория и практика) применительно к журналистской деятельности. Социальная позиция как система принципов деятельности органов информации и журналистов. Социальная, гражданская, юридическая, этическая ответственность журналиста. Журналистская деонтология.

Социально-творческий аспект свободы журналистской деятельности. Свобода выбора журналистом своей социальной позиции. Свобода как «осознанная необходимость» или как «снятая» необходимость. Свобода и прогресс: деятельность «в пользу» и «против» исторической необходимости. Проблема социальной ответственности. Борьба различных концепций. Творческий потенциал журналиста и мера свободы деятельности.

Тема 7. Журналистская деонтология и профессиональная этика

Журналистская деонтология как система знаний о профессиональном долге и обеспечивающих его выполнении свойствах личности и формах поведения работников СМИ во всех областях их деятельности.

Внешняя и внутренняя ответственность. Общественный долг и социальная позиция.

Гражданская ответственность. Сознательность выбора своей социальной позиции. Толерантность и честность по отношению к другим общественным силам и их представителям в сфере массовой информации. Охрана от деструктивных, унижающих и развращающих воздействий.

Юридическая ответственность журналиста. Права и обязанности журналиста. Злоупотребления свободой журналистской деятельности. Охрана чести, достоинства и деловой репутации журналиста. Судебные иски в практике журналистской деятельности. Авторское право. Ответственность за плагиат.

Этическая ответственность журналиста. Профессиональная и служебная этика. Этические кодексы как механизмы саморегуляции в журналистских сообществах. Журналистский этикет.

Журналистский корпус и профессиональные объединения. Внутригосударственные и международные организации журналистов. Общественные центры защиты журналистов в мире.

Тема 8. Журналистика как область творческой деятельности

Творческая деятельность как способ реализации функций СМИ. Сущность творчества. Единство продуктивного и репродуктивного.

Виды творческой деятельности в журналистике. Профессиональные роли журналиста: руководитель СМИ и его подразделений, редактор (продюсер), организатор, автор.

Методология разработки концепции и программы органа информации, тематической модели, дизайна. Принципы формирования организационной, функционально-должностной структуры редакции.

Информационная политика – содержательная основа творчества. Сущность и структурные части информационной политики. Формы реализации информационной политики. Программная политика. Взаимоотношения с аудиторией и другими СМИ.

Редакция как творческий коллектив. Принципы взаимодействия. Индивидуальные и коллективные формы творчества. Номер (программа) как результат коллективного творчества.

Творческие формы деятельности. Система рубрик, материалы «колонок», авторские («гвоздевые») материалы, «рядовые» публикации в системе номера (программы). Выбор типов повествования: позитивно-утверждающий, критический, сатирический, полемический, проблемный, дискуссионный. Организация социального диалога и формы его ведения. Области диалога.

Журналистское 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). Уровни творчества: навыки, искусство, мастерство. Творческая индивидуальность.

Раздел II. Система и организация функционирования средств массовой информации

Тема 9. Система СМИ и типология органов массовой информации

Понятие системы СМИ. Особенности функционирования печати, телевидения и радиовещания в условиях информационного рынка. Структура журналистики. Печатные СМИ: газеты, журналы. Телевидение и радиовещание. Информационные агентства и другие производители печатной, аудио- и видеопродукции. Сетевые СМИ. Инфраструктура СМИ. Мировые информационные сети. Службы публичных релейшнз, рекламные организации.

Основные условия и факторы формирования и функционирования системы СМИ: аудиторный, политико-правовой, экономико-финансовый, профессионально-кадровый, материально-технический. Средства массовой информации как системный объект. Система СМИ и ее среда. Целостность системы СМИ. Дифференциация и интеграция СМИ и системные факторы, воздействующие на эти процессы. Основные подсистемы в СМИ: техническая, экономическая, редакционная, информационная, аудиторная; их характеристика. Функции и структура системы СМИ и характер их взаимодействия. Организация СМИ как организованность системы и как организационный процесс.

Типология средств массовой информации. Типология как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ. Тип издания, телерадиопрограммы как разновидность, модель, характерная для определенной группы СМИ. Типоформирующие факторы СМИ: характер аудитории, характер передаваемой информации, целевое назначение издания, телерадиопрограммы, технологические, экономические, организационные и другие факторы.

Эволюция типологической модели СМИ в процессе реформирования общества. Особенности инструментальной модели СМИ и модели СМИ как «четвертой власти». Дифференциация структуры СМИ по характеру аудитории. Предметно-тематическая специализация изданий и программ.

Целевое назначение изданий и его влияние на типологическую структуру СМИ. Целевое назначение и концепция СМИ. Периодичность, объем, время выхода и другие типологические признаки изданий.

Тема 10. Формирование и функционирования систем СМИ

Основные условия и факторы формирования, функционирования и совершенствования системы СМИ: аудиторный, политико-правовой, экономико-финансовый, профессионально-кадровый, материально-технический.

Влияние аудиторного фактора на систему СМИ. Особенности различных аудиторных групп, их информационные потребности и интересы факторов формирования системы СМИ.

Организационные факторы СМИ. Организационно-правовые факторы (ЗАО, ОАО, ТОО и др.). Организационно-политические факторы (СМИ различных органов власти, партий, движений, общественных организаций). СМИ научных организаций, творческих союзов, обществ, образовательных учреждений. СМИ различных органов управления экономикой (министерств, ведомств, корпораций и др.).

Редакционно-творческие и коммуникативные факторы формирования и функционирования системы СМИ. Влияние типа деятельности на характер редакционных организаций: духовной (наука, литература, искусство); духовно-практической (образование, управление, воспитание); практической (техника, производство и др.).

Влияние информационных и коммуникационных технологий на систему СМИ. Состояние и характер развития технологий в процессе перехода к информационному обществу и их влияние на деятельность печати, телевидения, радиовещания, информационных агентств и других СМИ. Характеристика Интернета как новой информационной среды и нового СМИ. Сетевые СМИ. Тенденции развития сетевых СМИ. Особенности распространения в России спутникового и кабельного телевидения.

Тема 11. Типология СМИ

Типология органов информации и основные типологические группы современной российской журналистики (качественные и массовые издания, каналы, программы; органы информации различной функционально-целевой, предметно-тематической направленности; рассчитанные на определенные группы аудитории, разной периодичности т.п.). Классификационные признаки СМИ, методы и методики типологического анализа. Перспективные модели развития типологических групп СМИ.

Тип издания, телерадиопрограммы как разновидность, модель, характерная для определенной группы СМИ. Типоформирующие факторы СМИ: характер аудитории, характер передаваемой информации, целевое назначение издания, телерадиопрограммы, технологические, экономические, организационные и другие факторы.

Эволюция типологической модели СМИ в процессе реформирования общества. Особенности инструментальной модели СМИ и модели СМИ как «четвертой власти».

Дифференциация структуры СМИ по характеру аудитории. Предметно-тематическая специализация изданий и программ.

Целевое назначение изданий и его влияние на типологическую структуру СМИ. Целевое назначение и концепция СМИ. Периодичность, объем, время выхода и другие типологические признаки изданий.

Организационные факторы СМИ. Организационно-правовые факторы (ЗАО, ОАО, ТОО и др.). Организационно-политические факторы (СМИ различных органов власти, партий, движений, общественных организаций). СМИ научных организаций, творческих союзов, обществ, образовательных учреждений. СМИ различных органов управления экономикой (министерств, ведомств, корпораций и др.).

Тема 12. Основные тенденции развития СМИ в современных условиях

Процессы концентрации и монополизации СМИ. Новые формы организации информационных предприятий (издательские дома, группы, концерны, холдинги, «империи СМИ» и т.п.).

Тенденции развития системы СМИ в условиях общественной трансформации. Процессы становления открытого общества и их воздействие на систему СМИ. Экономическое и политическое реформирование общества и тенденции структурной трансформации СМИ. Формирование институтов гражданского общества и характер их воздействия на структуру СМИ. Развитие современных информационных технологий и перспективы преобразования системы СМИ.

Информационный рынок как фактор трансформации системы СМИ. Система СМИ в условиях информационного рынка. Особенности дифференциации СМИ по формам собственности. Влияние платежеспособного спроса аудитории на структуру СМИ (подписка, розница, абонентная плата и др.).

Формирование и проблемы оптимизации СМИ в глобальном информационном пространстве. Зарубежные СМИ, включающиеся в макросистему страны. Мировые массово-информационные сети.

Взаимодополнение и соревнование прессы, радио, телевидения, кибержурналистики в информационном пространстве. Взаимодействие СМИ на макро- и микроуровнях. Процессы конвергенции СМИ.

Международные обмены в массово-информационной деятельности. Глобализация и проблемы формирования единого мирового «информационного пространства» на пути к «открытому обществу». Правовое регулирование массово-информационной деятельности на международной арене.

Раздел III. История журналистики

Тема 13. История отечественной журналистики

Возникновение периодической печати в России. Рукописная газета XVII в. «Куранты» или «Столбцы». Первая русская печатная газета «Ведомости» (1702–1727 гг.). Роль «Ведомостей» в развитии русской культуры. Первые журналисты-профессионалы.

Русская журналистика первой четверти XIX века. Участие А.С. Пушкина в журналах 1820-х гг. «Литературная газета» (1830–1831 гг.), типологические особенности издания. Журнал Н.И. Надеждина «Телескоп». Организация журнала «Современник» (1836 г.). Основные направления и типологические характеристики российской периодики 1830–1840-х гг. Журналы западников и славянофилов: общая характеристика. Вольная русская пресса за границей: «Полярная звезда», «Колокол».

Российская журналистика 1860–1870-х гг.: тенденции развития и важнейшие издания. Отечественная журналистика на рубеже 1880–1890-х гг. Развитие либерально-буржуазной журналистики в пореформенной России. Позиция либеральной печати в период второй революционной ситуации и в годы реакции. Реформистский характер политических требований. Экономические требования. Отражение либеральной идеологии в буржуазной публицистике. «Вестник Европы» (с 1866г.). «Русская мысль» (с 1880 г.) как либеральный орган.

Русская газета и газетное дело конца XIX – начала XX вв. Издания по искусству рубежа XIX–XX вв. Издательское дело в России XIX – начала XX вв. Крупнейшие издатели эпохи. Журналистика России 1900–1917 годов: общественно-политические направления, типология. Цензура и условия развития прессы до 1905 г. Манифест 17 октября. Легальная политическая периодика 1905–1917 гг. Многопартийность в отечественной печати. Эмигрантская периодика начала XX века. Система журналистики и

Первая мировая война. Журналистика России в условиях буржуазно-демократического государства (февраль – октябрь 1917 г.).

Проблемы свободы печати в первые месяцы советской власти. Журналистика России в годы гражданской войны (1917–1920). Отечественная журналистика в период НЭПа, создание системы печати советского государства (1921–1927).

Журналистика в годы Великой Отечественной войны (1941–1945 гг.). Перестройка СМИ в соответствии с требованиями военного времени. Возрастание роли оперативной информации, создание Совинформбюро. Появление фронтовой, армейской, корпусной, дивизионной прессы. «Окна ТАСС».

Журналистика послевоенного десятилетия (1946–1956 гг.). Эмигрантская печать после второй мировой войны: общая характеристика. «Оттепель» и ее влияние на отечественную журналистику. Печать, телевидение и радиовещание второй половины 1950-х – середины 1980-х гг.

Демократизация общественной жизни во второй половине 80-х гг. XX столетия. Утверждение принципа гласности. Слом идеологических догматов. Журналистика периода перестройки (1980–1990-е годы). Традиции российской публицистики: формирование, выдающиеся представители, преемственность и обновление.

Экономические, социально-политические и духовные факторы развития СМИ в 90-е гг. XX столетия – начале нового века. Усиление роли региональной и местной прессы в системе российской периодической печати.

Ведущие современные российские журналисты.

Тема 14. История зарубежной журналистики

Своеобразие риторики и публицистики античной эпохи. Ораторская проза, историческая проза, эпистолагаграфия как образцы античной публицистики. Жанры преджурналистики в Древнем Риме. Пробраз газеты в древнем мире. Традиции раннехристианских проповедей в публицистике.

Развитие журналистики и публицистики в эпоху Средневековья и Возрождения (XV–XVI вв.). Изобретение книгопечатания, деятельность И. Гутенберга. Газетное дело после Гутенберга и первые периодические издания.

Журналистика в XVII–XVIII вв. в Западной Европе и Америке.

Зарождение лозунга свободы печати. «Ареопагитика» Д. Мильтона. Обстоятельства появления речи о свободе печати. Основные положения речи, утверждающие, что цензура бесполезна, цензура вредна, цензура унижает человеческое достоинство.

Развитие средств информации в странах Западной Европы и США в XIX в.

Особенности развития средств информации в XIX веке в Великобритании, Франции, Германии и США. Зарождение таблоидной прессы. Таблоид как явление массовой сенсационной прессы. Характерные черты этого типа издания, выраженные в формате, объеме, тематике и иллюстрациях. «Daily Mail» Хармсворта – первый прототип английского таблоидного издания. «Daily News» Паттерсона и Маккормика – лидеры продаж американского газетного рынка.

СМИ стран Европы и США в первой половине XX века. Тенденции развития зарубежной журналистики. Зарубежная журналистика в период Первой мировой войны. СМИ зарубежных стран накануне и в период Второй мировой войны.

СМИ стран Европы и США во второй половине XX века. Политические аспекты развития зарубежной журналистики в 1945–1985 гг. Особенности технологического развития СМИ. Экономические факторы развития СМИ в 1945–1985 гг. Развитие системы СМИ стран Центральной и Восточной Европы: особенности функционирования СМИ в период в 1949–1989 гг. и после демократических преобразований. СМИ Западной Европы и США в условиях «холодной войны». СМИ социалистических стран в условиях «холодной войны».

Особенности развития СМИ США в 1980–1990 гг. Особенности западноевропейских СМИ 1980–1990 гг.
Особенности практической журналистики США и стран Западной Европы

Тема 15. Современные зарубежные СМИ

Крупный капитал как главный собственник СМИ в индустриально развитых странах. Основные формы собственности СМИ (частная, кооперативная, общественная) и их воздействие на содержание СМИ. Концентрация СМИ: вертикальная, горизонтальная, перекрестная. Плюсы и минусы концентрации СМИ. Общая характеристика антимонопольного законодательства в разных странах. Транснационализация или интернационализация капитала как важная особенность современного процесса концентрации СМИ. Транснациональные корпорации СМИ и их место в современной экономике развитых стран. Ведущие корпорации СМИ на новых информационных рынках стран постсоциалистического пространства.

Составные части информационного комплекса развитых стран: печать, радиовещание, телевидение, информационные агентства, пресс-синдикаты, рекламные агентства, система PR. Типология периодической печати. Качественные массовые издания и их специфика. Специализированные издания в системе СМИ. Аудиовизуальные СМИ. Особенности новостных, общественно-политических, художественно-развлекательных программ. Типология зарубежного радиовещания. Трансформация систем общенационального радиовещания, усиление роли местного и специализированного радиовещания. Цифровое радиовещание. Типология информационных агентств, основные источники их финансирования. Увеличение удельного веса финансово-экономической информации в деятельности мировых, международных и национальных информационных агентств. Агентства AP, ЮПИ, Рейтер, Франс Пресс. Пресс-синдикаты как особый вид информационного агентства. Рекламные агентства как посреднические учреждения между рекламодателями и СМИ. Основные формы услуг в сфере рекламного бизнеса. Особенности стратегии рекламных агентств на мировом и национальном уровнях. Основные формы организации и деятельности учреждений системы PR. Политическая реклама и ее воздействие на деятельность СМИ.

Основной источник финансирования коммерческого телевидения США. Структура коммерческого телевидения (организационные варианты): четверка основных эфирных телесетей; филиалы сетей (телестанции, ассоциированные с сетями); независимые станции. Борьба за высокий рейтинг – главная забота руководства телекомпаний: Формирование пассивного зрителя с усредненными вкусами и предпочтениями.

Принципы общественного вещания Великобритании: всеобщность вещания; универсальность информационного обслуживания; идейный плюрализм и содержательное многообразие; использование прямых форм финансирования гражданами; редакционная независимость; внимание к качеству и содержательности передач; ответственность перед обществом.

CNN: первая глобальная сеть теленовостей. Концепция CNN: новости круглосуточно, от начала до конца в режиме реального времени. Основные источники доходов. Сюжеты, потрясшие мир. Сегодняшние проблемы глобальной телесети. Ближайшие конкуренты.

Европейская альтернатива глобальным телесетям – идея Европейского Союза. Деятельность телеканала «Euronews». Структура и особенности работы европейской телеслужбы новостей. Источники доходов канала. Участие ВГТРК в работе канала. Пути преодоления языковых барьеров при организации вещания на многонациональную аудиторию.

Тема 16. Журналистское исследование

Сферы государственной политики политического спектра гражданского общества: политических партий, движений, клубов, групп и ассоциаций по политическим интересам, политического лоббизма в различных сферах власти; исследования в области политической рекламы и связей с общественностью; журналистские исследования в области использования политических технологий. Эффективность и результативность влияния журналистов и СМИ различной идеологической ориентации на политическое и электоральное поведение населения, степень его политической активности.

Анализ функциональной эффективности различных ветвей власти (законодательной, исполнительной, судебной), политических режимов (демократических, авторитарных, тоталитарных), различных способов, форм и принципов государственного и политического управления.

Журналистское исследование межгосударственных, региональных и внутригосударственных политических и военных конфликтов, иных политических чрезвычайных ситуаций. Проявления в журналистике политического популизма, политического экстремизма, настроений, ожиданий и впечатлений, проявлений политического общественного мнения и настроения. Исследование геополитических (глобальных, региональных, национально-государственных) явлений и процессов.

Журналистские исследования сферы гражданского общества. Информационная защита конституционных ценностей государства, национальных интересов страны и ее союзников, противодействие этнической, конфессиональной и расовой дискриминации, поддержка приоритетности прав человека и гражданина. Правовые и моральные нормы профессиональной деятельности журналиста. Нравственные принципы и нормы, понятие профессиональной этики. Этика профессиональная и служебная. Проблемы формирования ответственности журналиста. Зарубежный опыт организации хозяйственной деятельности средств массовой информации.

Особенности информационной парадигмы исследования. Алгоритм создания аналитического текста: постановка проблемы, подбор фактуры, позиционирование, реставрация основного события, раскрытие смысла, моделирование вариантов развития основного события, рекомендации руководства. Общее и частное в алгоритмах создания служебных и журналистских аналитических текстов. Моделирование как метод анализа и прогнозирования информационных процессов. Событийный ряд информационного проекта. Информационное покрытие события.

Историко-теоретические и историко-практические исследования журналистики. Творческий опыт, роль и функционирование в обществе, литературно-публицистические и информационные характеристики (формы, методы, жанры, стили, язык), взаимоотношения с аудиторией. Периодические издания (газеты, журналы и др.), радио- и тележурналистика, творчество публицистов и редакторов, журналистские тексты, творческая и организационная деятельность информационных агентств, паблик рилейшинз. Менеджмент и реклама, сетевая (компьютерная) журналистика, социологические, психологические, этические и правовые аспекты журналистского творчества, язык СМИ.

2. ЛИТЕРАТУРА

1. *Амзин А. Новостная интернет-журналистика. М.: Аспект Пресс, 2011. – 142 с.
2. *Аналитические жанры газеты: хрестоматия. М.: Издательство МГУ, 1989. – 238 с.
3. *Бакулев Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции. М.: Аспект Пресс, 2005. – 176 с.

4. *Бусленко Н.И. Правовые основы журналистики: Словарь-справочник. Ростов-н/Д: Феникс, 2006. –253 с.
5. *Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. М.: РУДН, 2001. – 330 с.
6. *Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе. М.: РИП-холдинг, 2001. – 274 с.
7. *Грабельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий. Итоги и перспективы. М.: РИП-холдинг, 2001. – 334 с.
8. *Грабельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий. Итоги и перспективы. М.: РИП-холдинг, 2000. – 336 с.
9. **Гуревич С.М. Газета. Вчера, сегодня, завтра. М.: Аспект Пресс, 2004. – 288 с. // Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8839>
10. *Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ. М.: Аспект Пресс, 2004. – 288 с.
11. *Гуревич С.М. Экономика средств массовой информации. М.: РИП-холдинг, 2001. – 244 с.
12. *Евстафьев В.А. Журналистика и реклама: основы взаимодействия (опыт теоретического исследования). М.: ИМА-пресс, 2001. – 264 с.
13. *Ежегодник 2009. Экономика и менеджмент СМИ / Отв. ред. и сост. Е.Л. Вартанова; Науч. ред. Н.В. Ткачева. М.: МедиаМир, 2010. – 224 с.
14. *Ежегодник 2010. Экономика и менеджмент СМИ / Отв. ред., сост. Е.Л. Вартанова, ред. Н.В. Ткачева. М.: Фак-т журналистики МГУ; Изд-во Моск. ун-та, 2011. – 192 с.
15. *Журналистика и СМИ против террора. М.: МедиаМир, 2009. – 288 с.
16. **Журналистика. Общество. Ценности / Г.В. Жирков и др. СПб.: Петрополис, 2012. – 448 с. // Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20315>
17. *Засурский И.И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы. М.: МГУ, 2001. – 288 с.
18. *Засурский Я.Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1990–2007. М.: Изд-во Московского университета, 2007. – 560 с.
19. *Имшинецкая И. Жанры печатной рекламы или сундук с идеями для копирайера. М.: РИП-холдинг, 2002. – 130 с.
20. *Интернет-СМИ: Теория и практика / По ред. М.М. Лукиной. М.: Аспект Пресс, 2011. – 348 с.
21. *Ким М.Н. Основы теории журналистики. Для бакалавров. СПб.: Питер, 2013. – 288 с.
22. *Комментарий к Закону РФ «О средствах массовой информации» от 27 дек. 1991 г. №2124-1. (В ред. Федерального закона от 4 июля 2003 г. №94-ФЗ) / Е.А. Моргунова, В.В. Погуляев, В.А. Вайпан и др. М.: ЗАО «Юридический дом "Юстицинформ"», 2004. – 192 с.
23. *Коммуникатор – XXI: Избранные лекции для студентов факультета журналистики и рекламного дела по дисциплинам специальности и специализации / Отв. ред. Н.А. Костикова. М.: МГИ им. Е.Р. Дашковой, 2006. – Ч. 1. – 224 с.
24. *Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М.: Аспект Пресс, 2006. – 318 с.
25. **Корконосенко С.Г. Теория журналистики. Моделирование и применение. М.: Логос, 2013. – 248 с. // Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/9110>
26. **Кривошеев В.М. В творческой лаборатории журналиста. М.: Университетская книга, 2010. – 192 с. // Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/9111>
27. *Интернет-СМИ: Теория и практика / Под ред. М.М. Лукиной. М.: Аспект Пресс, 2011. – 348 с.
28. */**Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. М.: Аспект Пресс, 2010. – 240 с.
29. */** Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста. М.: Аспект Пресс, 2011. – 224 с. // Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/9111>
30. *Лазутина Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества. М.: Аспект Пресс, 2011. – 320 с.

31. **Лукина М.М. Технология интервью. М.: Аспект Пресс, 2005. – 192 с. // Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8849>
32. *Мартынов Д.В. Рынок печатных СМИ на переломе. М.: Изд. дом «Отраслевые ведомости», 2009. – 212 с.
33. *От книги до интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия / Под ред. Я.Н. Засурского, Е.Л. Варгановой. М.: Моск. ун-т, 2000. – 256 с.
34. *Проблематика СМИ. Информационная повестка дня / Под ред. М.В. Шкондина, Г.В. Вычуба, Т.И. Орловой. М.: Аспект Пресс, 2008. – 316 с.
35. *Прозоров В.В. Власть и свобода журналистики. М.: Флинта: Наука, 2005. – 272 с.
36. *Профессиональная этика журналиста: Документы и справочные материалы / Сост. Казаков Ю.В. М.: Медея, 2004. – 480 с.
37. *Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М.: МГУ, 2005. – 367 с.
38. **Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М.: Аспект Пресс, 2011. – 351 с. // Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8850>
39. *Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. М.: РИП-холдинг, 2001. – 268 с.
40. *Российская Федерация в современном мире: пути и перспективы развития: Проблемы журналистики и филологии / Ред. А.Д. Алферов. М.: МГИ им. Е.Р. Дашковой, 2011. – 220 с.
41. *Российская Федерация: пути и перспективы развития: Слово и образ в политике и культуре. М.: МГИ им. Е.Р. Дашковой, 2010. – 200 с.
42. *Россия и мир: вчера, сегодня, завтра: актуальные проблемы гуманитарного знания. М.: МГИ им. Е.Р. Дашковой, 2014. – 312 с.
43. *Россия и мир: вчера, сегодня, завтра: Проблемы филологии и межкультурной коммуникации. М.: МГИ им. Е.Р. Дашковой, 2010. – 288 с.
44. *Рохлин В.Н., Баконин А.Д. Закон и средства массовой информации: сборник законодательных и нормативных материалов. СПб.: Издательский дом «Нева», 2004. – 576 с.
45. Рябинина Н.З. Технология редакционно-издательского процесса. М.: Логос, 2012. – 256 с. // Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/9133>
46. **Свитич Л.Г. Введение в специальность. Профессия журналист. М.: Аспект Пресс, 2011. – 255 с. // Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8855>
47. *Свитич Л.Г. Социология журналистики (Методология, методы, направления и результаты исследований). М.: ВК, 2010. – 342 с.
48. *Система средств массовой информации России / Под ред. Я.Н. Засурского; Науч. ред. М.В. Шкондин, Л.Л. Реснянская. М.: Аспект Пресс, 2003. – 259 с.
49. *Современный мир в условиях глобализации: общие закономерности и национальные особенности в освещении СМИ: сборник материалов межвузовской студенческой научной конференции МГИ им. Е.Р. Дашковой. М.: МГИ им. Е.Р. Дашковой, 2006. – 200 с.
50. **Социология журналистики / С.Г. Корконосенко и др. М.: Аспект Пресс, 2004. – 318 с. // Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8843>
51. *Средства массовой информации в современном мире. В 2-х ч.: тезисы научно-практической конференции. СПб.: Факультет журналистики СПбГУ, 2001. Ч. 2. – 214 с.
52. *Средства массовой информации России / Под ред. Я.Н. Засурского. М.: Аспект Пресс, 2011. – 391 с.
53. *Средства массовой информации России / Под ред. Я.Н. Засурского. М.: Аспект Пресс, 2005. – 382 с.
54. *Средства массовой информации постсоветской России / Под ред. Я.Н. Засурского. М.: Аспект Пресс, 2002. – 302 с.
55. *Тертычный А.А. Аналитическая журналистика. М.: Аспект Пресс, 2010. – 352 с.
56. **Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2011. – 320 с. // Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8857>

57. *Универсальные закономерности и национальные модели развития: Проблемы журналистики, литературоведения, маркетинговых и межкультурных коммуникаций. М.: МГИ им. Е.Р. Дашковой, 2008. – 184 с.
58. *Фомичева И.Д. Социология СМИ. М.: Аспект Пресс, 2007. – 335 с.
59. **Щепилова Г.Г. Реклама в СМИ. История, технология, классификация. М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2010. – 464 с. // Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/13154>
60. *Энциклопедия мировой индустрии СМИ / Отв. ред. Е.Л. Вартанова. М.: Аспект Пресс, 2006. – 376 с.
61. *Этика СМИ. М.: КНОРУС, 2003. – 260 с.

Интернет-ресурсы:

1. Библиотека Гумер – гуманитарные науки // <http://www.gumer.info>
2. Библиотека EvArtist // <http://evartist.narod.ru/journ.htm>
3. Культура письменной речи. Библиотека // <http://www.gramma.ru>
4. Межотраслевая электронная библиотека РУКОНТ // <http://rucont.ru>
5. Научная электронная библиотека Elibrary.ru // <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
6. Независимый центр тестирования качества обучения // <http://www.ast-centre.ru>
7. Портал образовательных ресурсов МГИ им. Е.Р. Дашковой // <http://www.edu.dashkova.ru>

3. ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЭКЗАМЕНУ

1. Система понятий теории журналистики.
2. Система основных категорий науки о журналистике.
3. СМИ как функционирующая система.
4. Значение научного знания для практики журналистской деятельности.
5. Журналистика как сфера массово-информационной деятельности.
6. Массовая аудитория и ее характеристики.
7. Структура массово-информационной деятельности.
8. Информационная безопасность. Проблема «информационного порядка» в обществе.
9. Информация и коммуникация как основа массово-информационного процесса.
10. Функциональная роль СМИ в общественной системе и представления о функциях различных субъектов системы.
11. Функции журналистики как система.
12. Коммуникативная функция в деятельности журналистики.
13. Идеологические функции журналистики.
14. Культуроформирующие функции СМИ.
15. Непосредственно-организаторские функции СМИ.
16. Журналистика в системе социальных институтов общества
17. Информационная политика в области СМИ.
18. Свобода печати и журналистской деятельности
19. Современное российское законодательство в сфере СМИ.
20. Журналист как профессиональный субъект массово-информационной деятельности.
21. Внешняя и внутренняя ответственность. Общественный долг и социальная позиция.
22. Гражданская ответственность журналиста.
23. Социально-творческий аспект свободы журналистской деятельности.
24. Журналистская деонтология как система знаний о профессиональном долге.

25. Юридическая ответственность журналиста. Права и обязанности журналиста.
26. Этические кодексы как механизмы саморегуляции в журналистских сообществах. Журналистский корпус и профессиональные объединения.
27. Журналистика как область творческой деятельности. Творческая деятельность как способ реализации функций СМИ.
28. Принципы формирования организационной, функционально-должностной структуры редакции. Информационная политика – содержательная основа творчества.
29. Журналистское произведение: содержание (тема, проблема, идея) и форма (жанр, композиция, стиль).
30. Уровни творчества: навыки, искусство, мастерство.
31. Творческая индивидуальность журналиста. Журналистика как система средств массовой информации.
32. Основные условия и факторы формирования и функционирования системы СМИ.
33. Система СМИ и типология органов массовой информации. Эволюция типологической модели СМИ в процессе реформирования общества.
34. Особенности функционирования печати в условиях информационного рынка.
35. Особенности функционирования радиовещания в условиях информационного рынка.
36. Особенности функционирования телевидения в условиях информационного рынка.
37. Информационные агентства и другие производители печатной, аудио- и видеопродукции. Службы публичных отношений, рекламные организации.
38. Сетевые СМИ. Мировые информационные сети.
39. Целевое назначение изданий и его влияние на типологическую структуру СМИ.
40. Организационные факторы СМИ.
41. Редакционно-творческие и коммуникативные факторы формирования и функционирования системы СМИ.
42. Влияние информационных и коммуникационных технологий на систему СМИ.
43. Перспективные модели развития типологических групп СМИ.
44. Дифференциация структуры СМИ по характеру аудитории.
45. Предметно-тематическая специализация изданий и программ.
46. Основные тенденции развития СМИ в современных условиях.
47. Процессы конвергенции СМИ.
48. Глобализация и проблемы формирования единого мирового «информационного пространства» на пути к «открытому обществу».
49. Возникновение периодической печати в России.
50. Русская журналистика первой четверти XIX века.
51. Основные направления и типологические характеристики российской периодики 1830–1840-х гг.
52. Российская журналистика 1860–1870-х гг.: тенденции развития и важнейшие издания.
53. Отечественная журналистика в 1880–1890-е годы.
54. Отечественная журналистика конца XIX – начала XX вв.
55. Журналистика России 1900–1917 годов: общественно-политические направления, типология.
56. Журналистика советской России в послереволюционный период и годы гражданской войны.
57. Журналистика в годы Великой Отечественной войны (1941–1945 гг.).
58. Журналистика послевоенного десятилетия (1946–1956 гг.).
59. «Оттепель» и ее влияние на отечественную журналистику.
60. Печать, телевидение и радиовещание второй половины 1950-х – середины 1980-х гг.

61. Демократизация общественной жизни во второй половине 80-х гг. XX столетия. Журналистика периода перестройки (1980–1990-е годы).
62. Ведущие современные российские журналисты.
63. Изобретение книгопечатания, деятельность И. Гутенберга.
64. Журналистика в XVII–XVIII вв. в Западной Европе и Америке.
65. Развитие средств информации в странах Западной Европы и США в XIX в.
66. СМИ стран Европы и США в первой половине XX века.
67. СМИ стран Европы и США во второй половине XX века.
68. Особенности практической журналистики США и стран Западной Европы.
69. Современные зарубежные СМИ.
70. Особенности информационной парадигмы исследования журналистики.

4. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

1. Государственная политика политического спектра гражданского общества.
2. Журналистика политических партий, движений, клубов, групп и ассоциаций по политическим интересам
3. Политический лоббизм в различных сферах власти и журналистика.
4. Журналистские исследования в области политической рекламы и связей с общественностью
5. Журналистские исследования в области использования политических технологий.
6. Эффективность и результативность влияния журналистики.
7. Журналистский анализ функциональной эффективности различных ветвей власти.
8. Журналистское исследование конфликтов
9. Политический популизм в журналистике.
10. Журналистские исследования сферы гражданского общества.
11. Правовые и моральные нормы профессиональной деятельности журналиста.
12. Нравственные принципы и нормы, понятие профессиональной этики.
13. Проблемы формирования ответственности журналиста.
14. Особенности информационной парадигмы исследования.
15. Алгоритм создания аналитического текста.
16. Моделирование как метод анализа и прогнозирования информационных процессов.
17. Событийный ряд информационного проекта.
18. Специфика журналистского текста.
19. Проблема формирования индивидуального стиля журналиста.
20. Содержание и формы работы современного журналиста.
21. Особенности информационных жанров.
22. Интрига как способ привлечения внимания. Завязка и информационный повод.
23. Особенности и тенденции развития современного информационного пространства.
24. Различие и специфика информационных потребностей разных социальных групп.
25. Жанры журналистики: от хроники до публицистики.
26. Методика и техника подготовки интервью.
27. Жанр интервью в ежедневной газете.
28. Технология усложнения жанров журналистики.
29. Анализ и прогноз в современной журналистике.
30. Конфликт и проблема как повод для создания журналистского материала. Спор ради спора.
31. Дискуссии на страницах печати.
32. Профессионализм, творчество и технологии в работе журналиста.
33. Основные темы публикаций современной аналитической печати.
34. Вопросы этики и профессионализма в работе журналиста.

35. Опасность подмены журналистского творчества на рекламные технологии.
36. Факты, мнения, споры в периодической печати.
37. Вопросы идеологии в полемическом материале.
38. Смещение жанров и вопрос «чистоты жанра» в современной журналистике.
39. Процессы конвергенции в современной журналистике.
40. Модели конвергентной редакции.