

**Направление подготовки 031300 «Журналистика»
магистерская программа «Реклама и публичных отношений в системе массовых коммуникаций»**

Программа вступительных испытаний

Вступительное испытание для лиц, имеющих диплом бакалавра/специалиста по соответствующему направлению/специальности:
Собеседование по направлению Журналистика

Примерные вопросы для собеседования

1. Журналистика как социокультурный феномен. Трансформация теоретических представлений о функциях журналистики. Задачи изучения журналистики в условиях социального, политического и идеологического плюрализма.
2. Виды информации в тексте. Содержательно-фактуальная, содержательно-концептуальная и содержательно-подтекстовая информация и способы ее выражения.
3. Методы исследования в журналистике: аналитические, статистические, контент-анализ, наблюдение, эксперимент, классификация, моделирование и их применение в процессе исследования журналистских явлений.
4. Проблема типологии текстов. Лингвистические и экстралингвистические критерии систематизации. Основные классификации текстов.
5. Восприятие как важнейший фактор общения журналиста с массовой аудиторией. Понятия «массовый адресат», «диалоговая пристройка».
6. Психологические приемы (фигуры) воздействия на эмоции адресата и их использование в журналистике (ретардация, остранный прием, прием обманутого ожидания, фигуры акцентирования, приемы создания комического).
7. Понятия информации и связанных с ней категорий, классификация информации. Понятие социальной информации и информационной насыщенности сообщения. Две главные точки зрения на понимание сущности информации: атрибутивная и функциональная.
8. Тематические и лингвистические классификации текстов. Попытки создания универсальной классификации.
9. Трудности в развитии отечественной теории массовой коммуникации. Идеологические и технические причины опережения в области научной разработки теории МК европейскими и американскими учеными. Основные труды отечественных ученых в области аудиовизуальных СМИ.
10. Фигуры экспрессивной деривации в журналистском тексте (метафора, метонимия, синекдоха, сравнение, перифраз, фигуры интертекста, актуализация внутренней формы, ложное этимологизирование).
11. Механизмы манипуляции в СМИ (управление информационными потоками, создание ментально-мифологических конструктов, использование особенностей мышления человека, логические уловки).
12. Произведение и текст: дифференциация понятий. Особенности, идея и композиция журналистского произведения. Журналистское произведение и функционально-смысловые типы речи.
13. Современные зарубежные теории средств массовой информации.

14. Зарубежные теории печати и других СМИ. Возникновение, развитие и современное состояние основных концепций (авторитарной, свободы печати, социальной ответственности журналистики).
15. Модальность текста, ее разновидности и средства выражения.
16. Средства массовой информации в условиях глобализации рыночной экономики. Транснациональные корпорации СМИ и их место в современной экономике развитых стран. Концентрация средств массовой информации: вертикальная, горизонтальная, перекрестная.
17. Фигуры двусмысленной речи (антифразис, незамкнутая метафора, фонетическая аллюзия, параграмма, дилогия).
18. Понятие о ситуации общения в журналистском тексте. Условия и обстоятельства общения, определяющие выбор стиля и типа текста.
19. Факт и его оценка в журналистском произведении. Особенности документализма в журналистике: его тесная связь с эмоциональной выразительностью, «внушением», нагнетанием эмоций и их концентрацией. Документальность и личностная эмоциональная окрашенность текста. Разные уровни достоверности. Проблема достоверности в журналистике.
20. Проблемы языка современной журналистики. Демократизация языка в СМИ и соблюдение языковой нормы в журналистике.
21. Трансформация системы отечественных СМИ в 90-е годы 20 столетия. Методологические принципы оценки.
22. Основные этапы истории журналистики. Пражурналистские явления в русской средневековой культуре.
23. Заголовочный комплекс: его элементы, современные приемы использования. Основные типы заголовков современной прессы. Тенденции изменения заголовочного комплекса в прессе.
24. Приемы и средства уместной речи. Вопрос об эвфемизмах, их функциях, способах образования и месте в лексической системе.
25. Рост самостоятельности региональных СМИ и проблемы, связанные с этими процессами. Перспективы развития СМИ в регионе. Региональные Интернет-ресурсы.
26. Фигуры, строящиеся на нарочитости (нарочито неточная, н. алогичная, н. неправдоподобная, н. неправильная, н. пространная, н. однообразная и н. неясная речь) и их использование в журналистском тексте.
27. Методологические принципы изучения средств массовой информации. Типологические признаки периодического издания (учредитель, цели, задачи, аудитория). Вторичные (зависимые) признаки СМИ (авторский состав, внутренняя структура, жанры, дизайн).
28. Искусство публицистического диалога. Виды диалога. Односторонние и двусторонние модели сообщений. Публицистический диалог и полемика. Принципы ведения полемики. Виды полемических выпадов.
29. Основные этапы развития региональной печати в 20 веке. Типологическое расширение региональных СМИ: общественно-политические, информационно-коммерческие, детские, женские издания и т.д.
30. Принципы речевого воздействия. Тактика утрирования. Тактика перевоплощения. Нейро-лингвистическое программирование в публичном выступлении. Программирование мышления. Мнимый выбор. Авторизация. Акцентировка. Рефрейминг. Мета модель

31. Новые технологии сбора, распространения и хранения информации как фактор, определяющий развитие СМИ. Интерактивность, дигитализация и конвергенция как важнейшие процессы, характеризующие новые медиа.
32. Монолог, диалог, полилог в публицистике. Методы аналогии и сравнения в анализе стилистической функции прямой и косвенной речи в журналистском тексте.
33. Новые информационные технологии и традиционные средства массовой информации: возможности слияния и проблемы взаимодействия. Традиционные СМИ в Интернете. Преимущества виртуальных СМИ по сравнению с традиционными.
34. Монологическая (субъектно-объектная) и диалогическая (субъектно-субъектная) культура современных СМИ. Диалог и интерактивность.
35. Визуальные и современные аудиовизуальные тексты. Расширение коммуникативного пространства и ускорение предкоммуникативного времени. Массовая культура и массовая коммуникация. Построение коммуникативного действия журналистом.
36. Определение и разновидности лида. Влияние структуры лида на процесс восприятия.
37. Информационные жанры и специфика их восприятия. Различия коммуникативных стратегий журналистов, выступающих в роли хроникеров, репортеров интервьюеров.
38. Современные российские СМИ как источник формирования стереотипов (гендерные и этнические стереотипы в манипулировании сознанием).
39. Творческое видение картины мира как показатель профессионализма журналиста. Авторское «я» журналиста как лицо политическое и как лицо социальное. Возможности авторского самовыражения в публицистическом произведении.
40. Жанровые и стилевые черты художественной публицистики. Способы воздействия на читательское восприятие в жанре очерка.

Вступительное испытание для лиц, не имеющих диплома бакалавра/специалиста по соответствующему направлению/специальности:
Экзамен в объёме требований, предъявляемых Государственным образовательным стандартом к квалификации бакалавра по направлению Журналистика (устно)

1. Журналистика как социальный институт общества. СМИ как «четвертая власть».
2. Журналистика в правовом государстве. Основные принципы, направления и способы правового регулирования деятельности СМИ.
3. Журналистика, реклама, связи с общественностью: общее и различное.
4. Отношения служб публичных релейшнз со средствами массовой информации. Подходы к определению понятия «публичных релейшнз».
5. Социология и журналистика: изучение и использование социологических данных в практике.
6. Социальная психология и журналистика.
7. Система СМИ. Тенденции и проблемы развития в условиях становления информационного рынка.
8. Профессиональная этика журналиста. Саморегулирование журналистской деятельности в РФ. Журналистские кодексы.
9. Современное законодательство России о СМИ.

10. Паблик рилейшнз: сущность и функции. Отношения с различными группами общественности.
11. Экономические основы функционирования СМИ. Основные доходные статьи бюджета.
12. Редакционно-издательский маркетинг. Методы маркетинга.
13. Редакционно-издательский менеджмент. Основные методы управления.
14. Информационные жанры публицистики (общая характеристика).
15. Аналитические жанры публицистики (общая характеристика).
16. Художественно-публицистические жанры (общая характеристика).
17. Заметка как жанр публицистики.
18. Интервью как жанр публицистики.
19. Репортаж как жанр публицистики.
20. Очерк как жанр публицистики.
21. Эссе как жанр публицистики.
22. История возникновения и развития телевидения за рубежом.
23. Интервью в экранном контексте.
24. Репортаж на радио и ТВ.
25. Периодическая печать в системе СМИ. Газеты, еженедельники, журналы как основные виды изданий. Динамика их развития в условиях рынка.
26. Типология журналистики. Основные типоформирующие факторы изданий теле-, радиопередач.
27. Журналистское расследование как жанр публицистики.
28. Жанрообразующие факторы.
29. Система методов журналистского творчества.
30. Журналистика и информационное пространство.
31. Организация работы пресс-службы. Задачи и функции. Технология организации пресс-конференции.
32. Понятие рекламы. Факторы развития современной рекламы.
33. Рынок массовой информации. Его формирование, развитие и пути оптимизации в современных условиях.
34. Виды рекламы. Общие требования к рекламе. Достоинства и недостатки различных носителей рекламы.
35. Типология телевизионных программ.
36. Концепция социальной ответственности журналиста.
37. Возникновение и развитие многопартийной отечественной журналистики в годы первой русской революции.
38. Эгон Эрвин Киш – публицист.
39. Ф.Энгельс – публицист.
40. К.Маркс – публицист.
41. Средства массовой информации конца 20-30 гг. в структуре административно-командной системы.
42. Послевоенная советская журналистика как единый пропагандистский комплекс: особенности организации и функционирования.
43. Средства массовой информации Франции (от истоков до 2-ой половины XX в.).
44. Средства массовой информации США (от истоков до второй половины XX века).
45. Мильтон и концепция свободы печати.
46. Публицисты и публицистика периода Великой Отечественной войны.
47. Средства массовой информации Великобритании (от истоков до 2-ой половины XX в.).
48. Журналистика первого советского десятилетия.

49. Публицистика М.Е.Салтыкова-Щедрина. Щедрин о современной ему прессе.
50. «Отечественные записки» под редакцией Н.А.Некрасова и М.Е.Салтыкова-Щедрина в период развития капитализма (1868-1884).
51. Основные редакционно-издательские корпорации и концерны Запада.
52. Особенности российской печати 1990-2000 гг. и отечественная публицистика этого периода.
53. Авторитарная теория печати.
54. Ведущие русские литературные издания последней трети XIX века («Вестник Европы», «Русские ведомости» и др.).
55. Вольная русская пресса за рубежом («Полярная звезда», «Колокол» А.И.Герцена).
56. Современные зарубежные теории журналистики.
57. Журнал «Современник» в 1860-е годы. Эпоха реформ.
58. Социалистическая журналистика 1917 года. В.И.Ленин – публицист.
59. Типология западной прессы.
60. Газета «Русское слово» И.Д.Сытина – В.М.Дорошевича.
61. М.Н.Катков – лидер консервативной журналистики второй половины XIX века («Русский вестник», «Московские ведомости»).
62. Возникновение русской журналистики. Петровские «Ведомости» и др.
63. Д.Дефо – журналист.
64. Цензура и борьба за свободу печати.
65. Регионализация средств массовой информации: проблемы и перспективы. Факторы развития региональных СМИ.
66. Современное состояние дизайна газет и журналов.
67. Функции, задачи и принципы оформления периодических изданий.
68. Международное гуманитарное право и средства массовой информации. Работа журналистов в зоне вооруженных конфликтов.
69. Газетно-публицистический стиль: функции, сфера использования, конструктивный признак, языковые особенности.
70. Экспрессивно-стилистическое расслоение лексики. Система функциональных стилей русского языка.
71. Стилистические возможности фразеологии. Приемы и способы трансформации фразеологизмов как экспрессивное средство в языке СМИ. Ошибки в использовании фразеологизмов.
72. Пределы вмешательства редактора в текст. Виды редакторской правки, их особенности, техника и методика проведения.
73. Проблема выбора заголовка. Основные требования, предъявляемые к заголовку. Типы заголовков по структуре и воздействию на читателя. Ошибки в выборе заголовка.
74. Рекламная политика редакции. Реклама в периодическом издании, на радио и телевидении, особенности рекламы в сети Интернет.
75. Редактирование фактического материала. Работа со стилистическими данными, таблицами, цитатами. Основные типы проверки фактического материала.
76. Основные типы текстовых ошибок, их разновидности, причины возникновения и способы устранения.
77. Основные законы логики и ошибки, возникающие при их нарушении. Редактирование логических качеств текста.
78. Проблемы современной российской прессы.
79. Особенности российской пресс-рекламы.
80. Сатирические жанры в публицистике.

Декан
Руководитель магистерской программы
Д. филолог. наук, профессор

Ю.Л.Филиппов

Н.З. Коковина