

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по образовательной
деятельности НовГУ



Ю.В. Данейкин

« 31 » октября 2022 г.

**Программа вступительного испытания в магистратуру
по направлению подготовки
42.04.02 «Журналистика»**

СОСТАВИТЕЛЬ:

Каминская Татьяна Леонидовна,
д-р филол.наук, заведующий
кафедрой журналистики


«31» октября 2022 г.

Великий Новгород

2022

Программа вступительного испытания составлена на основе требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 42.03.02 Журналистика.

Целью вступительного испытания является проведение объективной и достоверной оценки уровня знаний поступающего на магистерскую программу и проведение отбора наиболее подготовленных абитуриентов.

Программа содержит порядок проведения вступительного испытания, критерии оценивания экзаменационной работы, содержание программы, список рекомендуемой литературы, пример экзаменационного билета.

Порядок проведения вступительного испытания

Вступительное испытание проводится в письменной или дистанционной форме и предполагает развернутые ответы на вопросы экзаменационного билета, которые позволяют определить не только качество знаний и умений, но и выявить степень развития профессиональной мотивации. Продолжительность вступительного испытания – 2 астрономических часа (120 минут).

Критерии оценивания экзаменационной работы

Максимально возможное количество баллов, которое поступающий может получить на вступительном испытании, - 100 баллов.

Минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение вступительного испытания, – 30 баллов. Поступающие, получившие 29 и меньше баллов, к участию в конкурсе не допускаются.

Экзаменационный билет состоит из 2 вопросов, каждый из которых оценивается так – 50 баллов:

Критерии	Баллы
1. Полнота и аргументированность ответа	20
2. Правильность формулировок и терминов	10
3. Ссылка на общепризнанные источники информации, авторов профильной литературы	10
4. Четкая позиция во взаимосвязи теории и практики	10
Итого:	50

Содержание программы

Поступающий в магистратуру должен обнаружить наличие следующих базовых профессиональных компетенций, предусмотренных образовательным стандартом по направлению «Журналистика»:

- понимание сущности журналистики, ее роли в жизни социума, основных понятий теории журналистики;
- понимание сущности многоаспектной журналистской деятельности как: индивидуальной и коллективной, текстовой и внетекстовой; связанной с подготовкой собственных публикаций и работой с другими участниками коммуникативного процесса;
- ориентацию в процессах исторического развития российской журналистики;

- ориентацию в истории и современных реалиях функционирования зарубежной журналистики;
- знание базовых принципов формирования медиасистем, специфики разных видов СМИ, особенностей различных национальных моделей и реалий функционирования российских СМИ;
- понимание природы современных медиатекстов, принципов их создания и редактирования (в том числе для разных медийных платформ), специфики различных жанров;
- представление о роли аудитории в функционировании СМИ, ее основных характеристиках и методах изучения;
- ориентацию в основных правовых документах, регулирующих деятельность СМИ;
- понимание роли профессионально-этического регулирования в сфере СМИ, знание этических норм журналистики;
- ориентацию в психологических и социально-психологических аспектах функционирования СМИ и деятельности журналиста;
- знание особенностей редакционной практики в условиях медиаконвергенции;
- представление об экономических регуляторах деятельности СМИ, основах медиаэкономики;
- знакомство с основами связей с общественностью и рекламной деятельности.

Программа экзамена включает вопросы, письменные ответы на которые отражают подготовленность студента к получению более глубоких знаний в выбранной сфере и проявлению себя в качестве исследователя отдельных аспектов журналистики.

Профессионально – теоретический блок

1. СМИ как социальный институт. Общественная миссия и функции журналистики.
2. Массовая информация и массовая аудитория (потребности, интересы, характеристики);
3. Информационная политика в сфере медиа.
4. Условия обеспечения информированности общества.
5. Роль аудитории в формировании медиаконтента.
6. Эффекты и эффективность деятельности СМИ.
7. Какова специфика журналистской профессии?
8. Что такое рынок медиа и каковы его составляющие?
9. Телевидение и интернет: соревнование за аудиторию.
10. Федеральные СМИ и региональная журналистика: особенности и преимущества.

Основная литература:

Профессионально-практический блок

1. Профессия журналиста: миссия и обязанности.
2. Профессиональные ценности и ответственность журналиста.
3. Профессиональные организации и сообщества журналистов.
4. Журналистский текст как продукт профессиональной деятельности.

5. Новость как базовая модель журналистского текста. Принципы содержания и композиции новости.

6. Работа журналиста с источниками информации. Типы источников информации. Проблемы доступа к информации.

7. Методы сбора информации журналистами: интервью, наблюдение, анализ документов.

8. Актуальные проблемы и темы в отражении журналистикой.

9. Журналистика в разных медийных средах.

Профессионально-социальный блок

1. Социальные функции журналистики.

2. Направления социологических исследований СМИ: изучение аудитории, медиатекстов, редакционной деятельности и журналистов.

3. Общественное мнение и его исследования;

4. Методы изучения СМИ как социального института.

5. Медиаметрия как область измерения аудитории (рейтинговые и другие показатели).

6. Экономическая основа существования медиа.

7. Реклама и медиа.

8. Правовые проблемы интернета.

9. Правовое регулирование медиасферы.

Профессионально-экономический блок

1. Медиа в социальном и экономическом измерении. Понятия «медиаиндустрия», «медиаканал», «медиапродукт».

2. СМИ в экономической системе страны. Национальные, региональные и местные СМИ.

3. Формы собственности СМИ. Типы концентрации СМИ: концерн, холдинг, конгломерат.

4. Структура газетного рынка. Структура журнального рынка. Тираж печатных изданий.

5. Телевизионный сектор на медиарынке. Виды телекомпаний и телеканалов.

6. Источники финансирования медиа. Место рекламы в медиа.

7. Государственная поддержка СМИ. Институты взаимодействия государства со СМИ (пресс-службы и прочие структуры).

8. СМИ как проект: составляющие успеха.

Ответ оценивается по 100-бальной шкале по следующим показателям:

1) знание сущности, основного содержания и основных определений раскрываемых явлений/процессов;

2) характеристика основных (отличительных) особенностей раскрываемого явления/процесса;

3) полнота ответа на экзаменационные вопросы;

4) использование научных категорий, определений для раскрытия проблемы;

5) умение абитуриента связать ответ на вопрос, содержащийся в билете, с актуальными событиями в стране и за рубежом.

Список рекомендуемой литературы

Основная литература:

1. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. – М., 2010.

2. Вартанова Е. Л. Теория СМИ. Актуальные вопросы. – М., 2009.
3. Корконосенко С. Г. Теория журналистики. – М., 2010.
4. Свитич Л. Г. Профессия – журналист. – М., 2010.
5. Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста. – 2-е изд. – М., 2010.
6. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. – М., 2000.
7. Фомичева И. Д. Социология СМИ. – М., 2012.
8. Свитич Л. Г. Социология журналистики. – М., 2010.
9. Социология журналистики / под ред. С. Г. Корконосенко. – М., 2004.
10. Основы медиабизнеса / под ред. Е. Л. Вартановой. – М., 2009

Дополнительная литература:

1. Ахмадулин Е. В. Основы теории журналистики. – Ростов-на-Дону, 2008.
2. Засурский Я. Н. Искушение свободой. Российская журналистика. – М., 1990–2007.
3. Сибберт Ф. С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. – М., 1999.
4. McQuail's Mass Communication Theory. – Sixth Edition. Sage, 2010.
Медиасистемы
5. Лазутина Г. В., Распопова С. С. Жанры журналистского творчества. – М., 2011.
6. Лукина М. М. Технология интервью. – М., 2008.
7. Основы творческой деятельности журналиста. – СПб., 2000.
8. Фомичева И. Д. Индустрия рейтингов. Введение в медиаметрию. – М., 2004.
9. Федотова Л. Н. Социология массовой коммуникации. – М., 2009.
10. Свитич Л. Г., Ширяева А. А. Российский журналист и журналистское образование. – М., 1998.
11. Бурдые П. О телевидении и журналистике. – М., 2002.
12. Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. – М., 2003.
13. Щепилова Г. Г. Реклама в СМИ: история, технологии, классификация. – М., 2010.
14. Энциклопедия мировой индустрии СМИ / под ред. Е. Л. Вартановой. – М., 2006.
15. Гуревич С. М. Экономика отечественных СМИ. – М., 2008.

Интернет-ресурсы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики. – Текст : электронный : в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 384 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/470442>

Пример экзаменационного билета

Вопрос 1. Что такое рынок медиа и каковы его составляющие?

Вопрос 2. Общественное мнение и его исследования.