

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ЭКЗАМЕНА В МАГИСТРАТУРУ ПО НАПРАВЛЕНИЮ «ЖУРНАЛИСТИКА»

Целью вступительного экзамена является диагностика входных знаний и умений, необходимых для эффективного освоения Основной образовательной программы магистратуры по направлению «Журналистика». В ходе экзамена абитуриент должен продемонстрировать знания, соответствующие программе бакалавриата по данному направлению.

Поступающий в магистратуру должен обладать следующими **общефессиональными компетенциями**, предусмотренными образовательным стандартом по направлению «Журналистика» (ФГОС):

– способностью учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

– способностью использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;

– способностью отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

– способностью учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Программа экзамена включает вопросы, которые отражают содержание основных разделов базовых профессиональных дисциплин.

История российской журналистики

Система печати в России первой четверти XIX века: от «Вестника Европы» Н. М. Карамзина до изданий декабристов.

Журналистская и издательская деятельность А. С. Пушкина («Литературная газета», «Современник»).

Литературно-общественная борьба в журналистике 1820 – 1840-х гг.: особая роль В. Г. Белинского.

Вольная русская пресса за рубежом («Полярная звезда», «Колокол»).

Борьба революционных демократов, консерваторов и почвенников в журналистике 1860-х гг. («Современник», «Русское слово», «Русский вестник», «Время», «Эпоха»).

Русская журналистика второй половины XIX в. и цензура: итоги реформ Александра II.

Публицистика М. Е. Салтыкова-Щедрина, Н. В. Шелгунова, Г. И. Успенского, Н. К. Михайловского, Ф. М. Достоевского, А. П. Чехова, М. Горького.

Развитие газетной прессы на рубеже XIX – XX вв.: «Русские ведомости», «Новое время», «Биржевые ведомости», «Россия», «Русское слово».

Манифест 17 октября 1905 г. и Временные правила о печати.

Создание Государственной думы и появление многопартийной легальной печати («Речь», «Новая жизнь», «Сын отечества», «Голос Москвы», «Утро России»).

Сатирическая печать 1905 – 1917 гг.: А. Т. Аверченко, А. Радаков, Н. Ремизов, Н. Тэффи, Саша Черный, В. Маяковский.

Русская журналистика и Первая мировая война (каналы распространения информации, жанры, тиражи, цензура).

Многопартийная отечественная журналистика после Февральской революции. Публицистика В. И. Ленина, Г. В. Плеханова, П. Н. Милюкова, М. Горького в 1917 г.

Формирование однопартийной советской прессы после Октябрьской революции 1917 года. Публицистика В. И. Ленина, Н. И. Бухарина, Л. Д. Троцкого, М. Горького, И. А. Бунина, Л. М. Рейснер, Н. Тэффи. Журналистская деятельность М. Зощенко, М. Булгакова, И. Ильфа и Е. Петрова.

СМИ СССР в период модернизации. ТАСС и радиовещание в 1930-е гг. Публицистика М. Кольцова, М. Горького.

Советская журналистика в годы Великой Отечественной войны (1941–1945 гг.) Публицистика О. Ф. Берггольц, Б. Л. Горбатова, В. С. Гроссмана, К. М. Симонова, А. Н. Толстого, М. А. Шолохова, И. Г. Эренбурга.

Советские СМИ послевоенного десятилетия (1945–1955 гг.)

Журналистика периода социально-политического реформирования общества и гласности.

СМИ Российской Федерации 1991–2011 гг. Особенности трансформации от советской модели системы СМИ к современной.

Литература:

1. Вартанова Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. — МедиаМир Москва, 2014.
2. Есин Б. И. История русской журналистики 1703–1917: учеб.-метод. комплект. – 4-е изд. – М., 2009.
3. Кузнецов И. В. История отечественной журналистики (1917–2000): учеб. комплект. – М., 2002.
4. Лапшина Г. С. История русской журналистики второй половины XIX века. Ч.1 – М., 2019.
5. Лапшина Г. С. История русской журналистики второй половины XIX века. Ч.2 – М., 2019.
6. Махонина С. Я. История русской журналистики начала XX века: учеб.-метод. комплект. – М., 2008.
7. Минаева О.Д. История отечественной журналистики (1917-1945 гг.). Учебное пособие. М.Аспект Пресс, 2018.
8. Русская журналистика в документах. История надзора: сб. документов. / Сост. О.Д. Минаева.– М., 2003.

Дополнительная литература:

1. Богомолов Н. А. Журналистика русского символизма. – М., 2002.
2. Есин Б. И. История русской журналистики XIX в. – 3-е изд. – М., 2008.
3. История отечественной журналистики. Вторая половина 80-х годов XX века. Хрестоматия. – М., 2009.
4. История отечественной журналистики (1917–1945). Хрестоматия. – М. 1999.
5. История русской журналистики: Хрестоматия. – М., 1991.
6. История русской журналистики XVIII–XIX вв. 2 изд. – СПб, 2005.
7. История русской журналистики XVIII–XIX вв. – 2-е изд. – СПб, 2005.
8. История русской журналистики. Хрестоматия. – М., 1991. Публицистика русского зарубежья (1920 – 1945): сб.ст. – М., 1999.
9. Страницы минувшего. Отечественная публицистика XIX – начала XX вв. Хрестоматия / сост. Г. С. Лапшина. – М., 2006.

История зарубежной журналистики

Риторика и публицистика в Древней Греции. Ораторское искусство и предыстория журналистики в Древнем Риме.

Формирование основ журналистики в эпоху Средневековья и Возрождения.

Зарождение первых газет в Европе в XVII веке. Становление политической журналистики во Франции. Политическая журналистика в Англии XVII-XVIII вв. Зарождение периодики в североамериканских колониях. Публицистика войны за независимость США XVIII в. Печать и публицистика Великой французской революции. Печать наполеоновской эпохи (1799 – 1815 гг.)

Экономическая революция в Европе в XVIII - XIX вв. и ее влияние на прессу. Становление массовой печати. Журналистика Франции и Германии XIX в. Печать США и Англии XIX в.

Первая мировая война и зарубежная журналистика. Особенности развития зарубежных средств информации в первой половине XX в.

Журналистика Запада в 1933-1945 гг. Основные этапы «холодной войны».

Журналистика США во второй половине XX в.

Особенности развития СМИ Западной Европы в 1945 – 1989 гг. СМИ стран Центральной и Восточной Европы во второй половине XX в.

Особенности развития зарубежных СМИ на рубеже XX – XXI вв.

Информационно-пропагандистская деятельность в современных условиях.

Медиасистемы США и европейских стран в XXI в.

СМИ стран Азии, Африки и Латинской Америки.

Глобальные и национальные факторы формирования информационного общества. Глобализация и глокализация в деятельности современных СМИ. Информационные олигополии и транснациональные медийные корпорации.

Литература:

1. Аникеев В.Е. История французской прессы (1830 – 1845). – М., 1999.
2. Беглов С.И. Четвертая власть: британская модель. – М., 2002.
3. Вартанова Е.Л., Ткачева Н.В., Филаткина Г.С., Эль-Бакри Т.В. Медиасистемы стран БРИКС. – М., 2019.
4. Вороненкова Г.Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного бюллетеня. – М., 2011.
5. Голядкин Н.А. История отечественного и зарубежного телевидения. М., 2011.
6. [Зарубежные еженедельники: история и современность / Под ред. Я.Н. Засурского.](#) – М., 2018.
7. История печати. Антология. Т. 1-3. – М., 2001 – 2008.
8. Качественная пресса в медийных структурах / Под ред. Я.Н. Засурского. – М., 2015.
9. Корнилова Е.Н. Риторика – искусство убеждать. Своеобразие публицистики античной эпохи. – М., 2018.
10. Макеенко М.И. Ежедневная печать: американский опыт конца XX столетия. 1995 – 2000. – М., 2004.
11. Прутцков Г.В. История зарубежной журналистики: от Античности до современности. Учебно-методический комплект. – М., 2021.
12. Шарончикова Л.В. Пресса Франции в меняющемся мире. – М., 2006.
13. [Энциклопедия мировой индустрии СМИ / Под ред. Е.Л. Вартановой.](#) – М., 2019.

Дополнительная литература:

1. Беглов С.И. Империя меняет адрес: Британская печать на рубеже тысячелетий. – М., 1997.

2. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. – М., 2003.
3. Вартанова Е.Л. Финская модель на рубеже столетий. – М., 1999.
4. Ватлин А.Ю. История новейшего времени стран Европы и Америки: программа лекционного курса и планы семинарских занятий. М., 1999.
5. Ватлин А.Ю. Германия в XX веке. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2002. – 336 с.
6. Вороненкова Г.Ф. СМИ Германии в XX веке: крутые виражи истории. М.: факт журналистики МГУ, 2008. 140 с.
7. Вороненкова Г.Ф., Вороненков М.Ю. Электронные СМИ Германии: прошлое и настоящее. М.: УПЛ ф-т журн., 2008. 202 с.
8. Засурский Я.Н. Испытание свободой. Российская журналистика: 1990 – 2009. – М., 2009.
9. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. – Екатеринбург, 2004.
10. Урина Н.В. Очерки истории итальянской журналистики. – М., 2018.
11. Ибрагимов А.Х.-Г. Типологическая и политико-экономическая трансформация СМИ стран Центральной и Восточной Европы.// Зарубежная журналистика. 2009. Ежегодник ф-та журналистики МГУ. М., 2010.
12. Интернет-СМИ: теория и практика. Под ред. М.М.Лукиной. М., 2010.
13. Урина Н.В. Журналистика и политика: итальянский опыт взаимодействия. М., 2010.
14. Фененко А.В. Современная история международных отношений: 1991-2015. М., 2015.

Журналистика и общество

Журналистика как социальный феномен и объект изучения. Журналистика в современной медиасистеме.

Журналист как субъект массово-информационной и коммуникативной деятельности. Профессиональная культура современного журналиста.

Массовая аудитория СМИ: базовые характеристики. Различные модели коммуникации. Пользовательский контент и журналистика. Информационное поведение современного человека, модели медиапотребления. Массовизация / демассовизация.

Ценности современного общества и журналистика. Ценностная основа социальной позиции современного журналиста. Ценности как фундамент взаимодействия журналиста и аудитории.

«Свобода» как категория и проблема в журналистике. Внешние (социальные) и внутренние (редакционные) факторы свободы журналистской деятельности.

Ответственность и доверие – ключевые факторы взаимодействия журналистики и общества. Формы общественного контроля за деятельностью современных журналистов. Подотчетность журналистики обществу. Традиционные и новые формы осуществления профессиональной ответственности в журналистике.

Уровни организации и регулирования журналистской деятельности (индивидуальный, организационный, социальный / социетальный).

Эффекты массовой коммуникации и журналистской деятельности.

Литература:

1. МакКуэйл Д. Журналистика и общество. М., 2013.
2. От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России / Е. Л. Вартанова, М. Е. Аникина, А. В. Вырковский и др. – Изд-во Моск. ун-та М, 2019.

3. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М.: Либроком, 2014.
4. Журналистика в информационном поле современной России: должное и реальное: Монография / Под ред. Г.В. Лазутиной. М.: Аспект-Пресс, 2018.
5. Жизненный мир россиян: 25 лет спустя (конец 1980-х - середина 2010-х гг.): Научное издание / Под ред. Тощенко Ж.Т. – ЦСП и М, 2016.
6. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. Учебник для студентов вузов / Е.П. Прохоров. – 8-е изд., испр. – М: Аспект Пресс, 2011. – 351 с.
7. Ученова В. В. Три грани теории журналистики. – М.: Аспект Пресс, 2009.

Дополнительная литература:

1. Hepp A. Cultures of Mediatization , Cambridge, Malden: Polity Press, 2012
2. Waisbord S. Reinventing Professionalism: Journalism and News in a Global Perspective. Cambridge: Polity, 2013
3. Witschge T., Nygren G. Journalism: A Profession Under Pressure? Journal of Media Business Studies. 6(1):37-59 (2009).
4. Worlds of journalism / Ed. by Thomas Hanitzsch, Folker Hanusch, Jyotika Ramaprasad and Arnold S. de Beer. Columbia University Press, 2019.
5. Аникина М.Е., Ермошкина Т.А., Искаков Д.З., Щепилова Г.Г. Восприятие длинных текстов поколением "цифровых островитян" / и др. // Медиаскоп (электронный журнал). — 2016. — № 1.
6. Аникина М.Е. Медиапотребление российских школьников: центр и регионы // Медиаальманах. – 2017. – № 4.
7. Аникина М.Е. Профессиональная идентификация как элемент журналистской культуры в России // Информационное поле современной России: практики и эффекты. Институт массовых коммуникаций и социальных наук КФУ Казань, 2014. – С. 150-157.
8. Аникина М. Е. Трансформирующиеся журналистские культуры в России: исследовательский подход // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2012. – № № 4.
9. Грушин Б. А. Массовое сознание. М., 1987.
10. Коломиец В. П. Медиатизация как концепт // Теория и практика медиарекламных исследований. – Выпуск 3. – Аналитический центр "Видео Интернешнл", ООО "НИПКЦ Восход-А Москва, 2013.
11. Предметно-объектное поле отечественных медиаисследований: метатеоретический подход / Е. Л. Вартанова, М. Е. Аникина, А. Н. Гуреева, Д. В. Дунас // Вопросы теории и практики журналистики. – 2019. – Т. 8, № 3. – С. 455-468.
12. Теория журналистики в России / Коллектив авторов. «Алетейя», 2018.

Медиасистема России

Информационные агентства в современной России: основные типы, влияние цифровизации.

Газетная пресса в России: центральные/федеральные, региональные и городские издания, влияние цифровизации.

Радиовещание в России: основные форматные группы радиостанций, радиорынок Москвы, радиосети, система муниципальных радиостанций.

Телевидение в России – доставка сигнала: мультиплексы, система телестанций, операторы неэфирного телевидения.

Телевидение в России - телеканалы: общедоступные эфирные каналы двух мультиплексов, общенациональные/федеральные телеканалы вне мультиплексов, основные группы неэфирных телеканалов, региональные телеканалы, 21 и 22 кнопки.

Система производства аудиовизуального контента в России: производители телевизионных новостей, продюсерские компании, продакшены телеконтента, ведущие студии.

Интернет-СМИ в России: онлайн-версии газет, журналов и информационных агентств, радиостанции и телевизионные новостные проекты в онлайн, основные типы оригинальных онлайн-медиа.

Типы медиа на базе социальных платформ в России.

Литература:

1. Вартанова Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. – М., 2013.
2. Вартанова Е. Л. Вырковский А. В., Макеенко М. И., Смирнов С. С. Индустрия российских медиа: цифровое будущее. – М., 2017.
3. Медиасистема России / под ред. Е. Л. Вартановой. – М., 2021.
4. Медиасистемы стран БРИКС. Исторический генезис, особенности формирования/под ред. Е.Л. Вартановой. – М., 2018.
5. Прутцков Г.В. История зарубежной журналистики: от Античности до современности. – М., 2018.
6. Энциклопедия мировой индустрии СМИ / под ред. Е. Л. Вартановой. – М., 2019.

Дополнительная литература:

1. Беглов С. И. Четвёртая власть: британская модель. – М., 2002.
2. Бурдые П. О телевидении и журналистике. – М., 2002.
3. Вартанова Е. Л. Северная модель в конце столетия. Печать, ТВ и радио стран Северной Европы между государственным и рыночным регулированием. – М., 1997.
4. Вороненкова Г. Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества (Национальное своеобразие средств массовой информации Германии). – М., 2011.
5. Вырковский А. В. Деловые журналы США и России: прошлое и настоящее. – М., 2009.
6. Вырковский А. В., Макеенко М. И. Региональное телевидение России на пороге цифровой эпохи. – М., 2014.
7. Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации: англо-русский словарь концепций и терминов. – М., 2004.
8. Ершов Ю. М. Телевидение регионов в поиске моделей развития. – М., 2012.
9. Коломиец В. П., Полуэхтова И.А., Ковалев П. А. и др. Российское телевидение: индустрия и бизнес. – М., 2010.
10. Основы медиабизнеса/ под ред. Е. Л. Вартановой. – М., 2014.
11. Свитич Л. Г., Смирнова О. В., Ширяева А. А., Шкондин М. В. Газеты средних и малых городов России. Социологическое исследование: опрос редакторов и журналистов. – М., 2015.

12. Смирнов С. С. Медиахолдинги России: национальный опыт концентрации СМИ. – М., 2014.

Основы журналистики

Журналист, его общественная миссия и роли
Профессиональные ценности и стандарты журналистики
Компетенции журналиста и его профессиональные роли
Профессиональная и гражданская журналистика
Журналистская корпорация. Кому подотчетны журналисты
Процессы глобализации и национальные особенности журналистики
Журналистский текст: тема, идея, структура. Новость как базовая модель журналистского текста.
Принципы содержания и структурные элементы новости
Работа журналиста с источниками информации
Верификация, или фактчекинг
Люди как источники информации: интервью
Жанры и форматы современных массмедиа
Подготовка новостей
Подготовка репортажей
Подготовка интервью
Подготовка трендовых статей / фичеров
Подготовка портретных текстов
Текст в аудио-среде. Особенности работы со звуком
Жанры журналистских материалов на радио
Специфика текстов в видеоконтенте. Журналистские жанры и форматы на телевидении
Заметка и специфика ее производства.
Подводки и анонсы.
Интервью и специфика его производства
Репортаж и специфика его производства
Журналистское видео в онлайн-среде

Литература:

1. Кодекс профессиональной этики российского журналиста Союза журналистов России, 1994
2. Колесниченко А.В. Настольная книга журналиста. – М., 2013.
3. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. Учебник для вузов, изд.2-е. – М., 2010.
4. Ломоносов М.В. Рассуждение об обязанностях журналистов при изложении ими сочинений, предназначенное для поддержания свободы философии
5. МакКуэйл Д. Журналистика и общество. Учебное пособие. – М.: 2013.
6. Отечественная теория медиа: основные понятия. Словарь / под ред. Е.Л. Вартановой. – М.: Фак. журн. МГУ; Изд-во Моск. ун-та. 2019. – 246 с.
7. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. Учебник для студентов вузов / Е.П. Прохоров. – 8-е изд., испр. – М: Аспект Пресс, 2011. – 351 с.
8. Редакционный стандарт ТАСС. – М., 2019

9. Редакционные стандарты газеты «Журналист» – М.: Ф-т журн. МГУ, 2017. – 48 с
10. Редакционные стандарты интернет-издания «Журналист Онлайн» – М.: Ф-т журн. МГУ, 2017. – 28 с
11. Редакционные стандарты радиостудии «Моховая, 9». – М.: Ф-т журн. МГУ, 2017. – 36 с
12. Редакционные стандарты телевизионной студии «Моховая, 9». – М.: Ф-т журн. МГУ, 2017. – 32 с
13. Интерфакс. Технология новостей. Альпина ПРО, – М., 2021.

Дополнительная литература:

1. Основы творческой деятельности журналиста: учебник для вузов / Ред. - сост. С. Г. Корконосенко. - СПб.: Знание, СПБИНВЭСЭП, 2000. - 272 с.
2. Свитич Л.Г. Профессия журналист: учебное пособие. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Аспект Пресс, 2007.— 255 с.

Правовое регулирование средств массовой информации

Законодательство о СМИ: понятия, источники, нормы о свободе слова.

Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации.

Организация деятельности редакции СМИ. Государственная политика в области СМИ.

Распространение массовой информации. Лицензия на вещание.

Распространение рекламы.

Отношения СМИ с гражданами и организациями. Право на получение информации.

Диффамация в СМИ.

Охрана частной жизни гражданина.

Права и обязанности журналиста. Аккредитация.

Ответственность за нарушение законодательства о СМИ.

Литература:

1. Закон РФ «О средствах массовой информации.
2. Медиасистема России. – М., 2021.
3. Панкеев И.А. Правовое регулирование СМИ. – М., 2019.

Дополнительная литература:

1. Комментарий к Закону РФ о СМИ
2. Методические рекомендации по вопросам лингвистической экспертизы спорных текстов СМИ. - М., 2010.
<http://rusexpert.ru/public/guild/lingvokriminalistika.pdf>
3. Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации, утв. Президиумом ВС РФ 16.03.16.
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_195322/
4. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 15 июня 2010 г. № 16 г. Москва “О практике применения судами Закона Российской Федерации “О средствах массовой информации”» // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_101401/

Профессиональная мораль и саморегулирование в журналистике
Этические принципы отношений журналист и аудитории
Журналистский поиск: нормы профессионального общения
Поведение журналиста в различных профессиональных ситуациях
Этические принципы профессиональной деятельности, обусловленные спецификой
медиаплатформ

Корпоративная культура в журналистике

Этика современных медиакоммуникаций

Литература:

1. Кодекс профессиональной этики российского журналиста Союза журналистов России, 1994
2. Глобальная Хартия журналистской этики. – М., 2019. Режим доступа: https://presscouncil.ru/images/docs/doc_2020/global_hartiya_etiki.pdf
3. Редакционный стандарт ТАСС: учеб. пособие для студентов вузов / автор-сост. А. В. Лебедев; отв. ред. М. Г. Филимонов. — Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2020
4. Интерфакс. Технология новостей. Альпина ПРО, – М., 2021.

Дополнительная литература:

1. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. - М., 2004.
2. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста. - М., 2018.
3. Лукина М.М. Технология интервью. Любое издание.
4. Муратов С.А. ТВ – эволюция нетерпимости. - М., 2000.
5. Прохоров Е.П. Введение в журналистику. - М.; 2009.
6. Шостак М.И. Репортер: профессионализм и этика. - М., 2003.

Медиаэкономика

Экономическая история медиа. Экономическая природа медиа: основные понятия. Специфика медиарынка. Бизнес-модели медиапредприятий. Экономика медиа и аудитория. Медиа и рекламная индустрия. Концентрация в медиаиндустрии. Экономические аспекты медиаполитики. Экономика печатной прессы. Экономика телевидения. Экономика радиовещания. Экономика интернет-медиа.

Литература:

1. Медиасистема России / под ред. Е. Л. Вартановой. – М., 2021.
2. Основы медиабизнеса/ под ред. Е.Л. Вартановой. – М., 2014.
3. Энциклопедия мировой индустрии СМИ / под ред. Е. Л. Вартановой. – М., 2019.

Дополнительная литература:

1. Айрис А., Бюген Ж. Управление медиакомпаниями: реализация творческого потенциала. – М., 2010.
2. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. – М., 2003.
3. Вырковский А.В. Редакционный менеджмент в печатных и онлайн-медиа: процессный подход. – М., 2016.
4. Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ. – М., 2008.
5. Иваницкий В.Л. Назаров А.А. Щепилова Г.Г. Основы медиамаркетинга. – М., 2007.

6. Иваницкий В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ. – М., 2010.
7. Коломиец В. П., Полуэхтова И.А., Ковалев П. А. и др. Российское телевидение: индустрия и бизнес. – М., 2010.
8. Назайкин А.Н. Медиапланирование на 100%. – М., 2007.
9. Смирнов С. С. Медиахолдинги России: национальный опыт концентрации СМИ. – М., 2014.
10. Финк К. Стратегический газетный менеджмент. – М., 2004.
11. Хезмондалш Д. Культурные индустрии. – М., 2014.
12. Щепилова Г.Г. Реклама в СМИ: история, технологии, классификация. – М., 2010.

Медиасоциология

Медиа в современном обществе и науке. Основные этапы развития отечественной социологии СМИ в 20 веке. История социологических исследований журналистики, СМИ и массовой коммуникации в России и за рубежом. Поиск методологических и методических оснований. Организация и современное состояние медиаисследований в России.

Медиазация социального пространства. Медиалогика как драйвер общественных отношений. Пространства медиазации и история изучения этого процесса. Социальные функции современных медиа. Коммуникативная функция. Ценностно-регулирующая социализация. Социально-организационная и социально-креативная функции. Функция форума, или канала социального участия.

Ресурсный подход и нематериальные виды капиталов в медиа. Концепция социального пространства и полей П. Бурдье. Ресурсы медийного поля.

Измерение в социологии. Виды эмпирических исследований. Организация эмпирических медиаисследований. Проблематика, объекты, предмет, направления, организация и методы эмпирических медиаисследований.

Медиаизмерения и их роль в медиаменеджменте и маркетинге СМИ.

Литература:

1. Бурдье П. О телевидении и журналистике. – М., 2002.
2. Коломиец В. П. Массовая коммуникация в дискурсе отечественных социологов (1960-е - 1980-е гг.) // Социологические исследования. — 2018. — № 10. — С. 92–102.
3. Коломиец В. П. Медиазация медиа. — Издательство Московского университета Москва, 2020.
4. Массовая информация в советском промышленном городе. – М., 1980.
5. Отечественная теория медиа: основные понятия. Словарь / под ред. Е. Л. Вартановой. – М.: Фак. журн. МГУ, Изд-во Моск. ун-та, 2019
6. Свитич Л.Г., Ширяева А.А. Российский журналист и журналистское образование: социологические исследования. – М., 2007.
7. Соколов А.В. Метатеория социальных коммуникаций. – СПб, 2001.
8. Социология журналистики: Учебное пособие / Под ред. Корконосенко С.Г. – М., 1998.
9. Фомичева И. Д. Медийный капитал и его состав // Медиаскоп (электронный журнал). — 2017. — № 2.
10. Фомичева И. Д. Ресурсная парадигма и нематериальные капиталы в СМИ // Медиаскоп (электронный журнал). — 2017. — № 1.

11. Фомичева И. Д. Социальный капитал в поле СМИ // Медиаскоп (электронный журнал). — 2015. — № 1.
12. Фомичева И.Д. Индустрия ретингов. Введение в медиаметрию: Учеб. пособ. – М., 2004.
13. Фомичева И.Д. Социология СМИ: Учеб. пособ. – М., 2007, 2012.
14. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М, 2007.

Дополнительная литература:

1. Berger A. Media and Communication Research Methods.
2. McQuail D. McQuail's Mass Communication Theory (любое издание).
3. Media studies in Russia: determination of scientific status / Е. Л. Вартанова, М. Е. Аникина, Д. В. Дунас, А. Н. Гуреева // Russian Journal of Communication. — 2020. — по. 12. — Р. 1–15. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19409419.2020.1729456>.
4. Бурдые П. Социальное пространство: поля и практики. – СПб, 2005.
5. Бурдые П. Социология политики. – М., 1993.
6. Грушин Б. Мнение о мире и мир мнений. – М., 1967.
7. Журналистика и социология. Россия. 90-е годы. – СПб, 2001.
8. Коломиец В. П. Концептуализация медиакоммуникации // Медиаскоп (электронный журнал). — 2019. — № 4.
9. Медиа. (Пер. с англ.). - М., 2005.
10. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. – М., 1996.
11. Реснянская Л.Л., Фомичева И.Д. Газета для всей России. – М., 1999.
12. Российская социология шестидесятых годов в воспоминаниях и документах. – СПб., 1999.
13. Свитич Л.Г. Социология журналистики. – М., 2010.
14. Федотова Л.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. – М., 2001.
15. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. – М, 2009.
16. Фирсов Б.М. История советской социологии. – СПб, 2001.

Реклама и связи с общественностью

Сущность и функции рекламы
 Процесс рекламной деятельности
 Целевая аудитория рекламы
 Виды рекламы
 Организация работы и функции рекламного агентства.
 Эффективность рекламы
 Цели, функции, принципы деятельности связей с общественностью
 структура деятельности по связям с общественностью
 Связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций
 Технологии связей с общественностью
 Оценка эффективности связей с общественностью

Литература:

1. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии / Учебное пособие под ред. В.М.Горохова, Т.Э. Гринберг. – М., 2017.
2. Евстафьев В.А., Пасютина Е.Э. История российской рекламы. Современный период / В.А. Евстафьев, Е.Э. Пасютина.- 2-е изд., испр. и доп. – М.: Дашков и Ко, 2017. - 872 с.;
3. Евстафьев В.А., Молин А.В. Организация и практика работы рекламного агентства: учебник для бакалавров. – М.: Дашков и Ко, 2016. – 507 с.
4. Ромат Е. В. Реклама/Е. В. Ромат. – М.: Питер, 2021. – 496 с.
5. Щепилова Г.Г. Основы рекламы: учебник для бакалавров. – М., 2013.
6. Федотова Л.Н. Связи с общественностью: теория и практика. – М., 2016.
7. Федотова Л. Н. Реклама: теория и практика: учебник для вузов / Л.Н. Федотова. – М.: Юрайт, 2021. – 391 с.

Дополнительная литература:

1. Бочарова Т. И. Рекламный текст. Сборник упражнений. – СПб.: Лань, 2021. – 88 с.
2. Федотова Л.Н. Социология рекламной деятельности. – М., 2014.
3. Щепилова Г. Г. Реклама в СМИ. История, технологии, классификация. – М., 2010.
4. Иншакова Н.Г. Рекламный и пиар-текст. – М., 2014.
5. Гринберг Т.Э. Политические технологии: PR и реклама. – М., 2014.

Организация и методика вступительного экзамена

Экзамен проводится в письменной форме.

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ЭКЗАМЕНА В МАГИСТРАТУРУ ПО НАПРАВЛЕНИЮ «МЕДИАКОММУНИКАЦИИ»

Целью вступительного экзамена является диагностика входных знаний и умений, необходимых для эффективного освоения Основной профессиональной образовательной программы магистратуры по направлению «Медиакоммуникации». В ходе экзамена абитуриент должен продемонстрировать знания, соответствующие программе бакалавриата по данному направлению.

Поступающий в магистратуру должен обладать следующими **обще профессиональными компетенциями**, предусмотренными образовательным стандартом по направлению «Медиакоммуникации» (ФГОС):

– способностью учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

– способностью использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;

– способностью отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

– способностью учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Программа экзамена включает вопросы, которые отражают содержание основных разделов базовых общепрофессиональных дисциплин.

Медиа система России

Информационные агентства в современной России: основные типы, влияние цифровизации. Газетная пресса в России: центральные/федеральные, региональные и городские издания, влияние цифровизации. Радиовещание в России: основные форматные группы радиостанций, радиорынок Москвы, радиосети, система муниципальных радиостанций. Телевидение в России – доставка сигнала: мультиплексы, система телестанций, операторы неэфирного телевидения. Телевидение в России – телеканалы: общедоступные эфирные каналы двух мультиплексов, общенациональные/федеральные телеканалы вне мультиплексов, основные группы неэфирных телеканалов, региональные телеканалы, 21 и 22 «кнопки». Система производства аудиовизуального контента в России: производители телевизионных новостей, продюсерские компании, продакшены телеконтента, ведущие студии. Интернет-СМИ в России: онлайн-версии газет, журналов и информационных агентств, радиостанции и телевизионные новостные проекты в онлайн, основные типы оригинальных онлайн-медиа. Типы медиа на базе социальных платформ в России.

Литература:

1. Вартанова Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М., 2013.
2. Вартанова Е. Л. Вырковский А. В., Макеенко М. И., Смирнов С. С. Индустрия российских медиа: цифровое будущее. М., 2017.
3. Интернет-СМИ: теория и практика / под ред. М. М. Лукиной. М., 2010.
4. Медиа система России / под ред. Е. Л. Вартановой. М., 2021.

5. Энциклопедия мировой индустрии СМИ / под ред. Е. Л. Вартановой. М., 2019.

Дополнительная литература:

1. Вырковский А. В. Деловые журналы США и России: прошлое и настоящее. М., 2009.
2. Вырковский А. В., Макеенко М. И. Региональное телевидение России на пороге цифровой эпохи. М., 2014.
3. Ершов Ю. М. Телевидение регионов в поиске моделей развития. М., 2012.
4. Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации: англо-русский словарь концепций и терминов. М., 2004.
5. Коломиец В. П., Ковалев П. А. и др. Российское телевидение: индустрия и бизнес. М., 2010.
6. Основы медиабизнеса / под ред. Е. Л. Вартановой. М., 2014.
7. Свитич Л. Г., Смирнова О. В., Ширяева А. А., Шкондин М. В. Газеты средних и малых городов России. Социологическое исследование: опрос редакторов и журналистов. М., 2015.
8. Смирнов С. С. Медиахолдинги России: национальный опыт концентрации СМИ. М., 2014.

Медиаэкономика

Экономическая история медиа. Экономическая природа медиа: основные понятия. Специфика медиарынка. Бизнес-модели медиапредприятий. Экономика медиа и аудитория. Медиа и рекламная индустрия. Концентрация в медиаиндустрии. Экономические аспекты медиаполитики. Экономика печатной прессы. Экономика телевидения. Экономика радиовещания. Экономика интернет-медиа.

Литература:

1. Медиасистема России / под ред. Е. Л. Вартановой. М., 2021.
2. Основы медиабизнеса / под ред. Е. Л. Вартановой. М., 2014.
3. Энциклопедия мировой индустрии СМИ / под ред. Е. Л. Вартановой. М., 2019.

Дополнительная литература:

1. Айрис А., Бюген Ж. Управление медиакомпаниями: реализация творческого потенциала. М., 2010.
2. Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М., 2003.
3. Вырковский А. В. Редакционный менеджмент в печатных и онлайн-массмедиа: процессный подход. М., 2016.
4. Гуревич С. М. Экономика отечественных СМИ. М., 2008.
5. Гуревич С.М. Иваницкий В. Л. Назаров А. А. Щепилова Г. Г. Основы медиамаркетинга. М., 2007.
6. Иваницкий В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ. М., 2010.
7. Коломиец В. П., Полуэхтова И. А., Ковалев П. А. и др. Российское телевидение: индустрия и бизнес. М., 2010.
8. Назайкин А. Н. Медиапланирование на 100%. М., 2007.
9. Смирнов С. С. Медиахолдинги России: национальный опыт концентрации СМИ. М., 2014.
10. Финк К. Стратегический газетный менеджмент. М., 2004.
11. Хезмондалш Д. Культурные индустрии. М., 2014.
12. Щепилова Г. Г. Реклама в СМИ: история, технологии, классификация. М., 2010.

Медиамаркетинг

Основные понятия медиамаркетинга. Маркетинговые технологии на медиарынке: специфика и особенности. Медиа в условиях конкурентного рынка. Сегментирование и позиционирование медиапродуктов. Ценообразование в медийном бизнесе. Продвижение на рынке различных типов медиа. Маркетинговая деятельность в медиакомпаниях.

Литература:

1. Гуревич С. М., Иваницкий В. Л. Назаров А. А. Щепилова Г. Г. Основы медиамаркетинга. М., 2007.
2. Райс Э., Траут Д. Маркетинговые войны. СПб., 2017.
3. Основы медиабизнеса / под ред. Е. Л. Вартановой. М., 2014.
4. Кирия И.В. Зарубежный медиамаркетинг. М., 2006.
5. Котлер Ф. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее к человеческой душе. М., 2011.

Дополнительная литература:

1. Иваницкий В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ. М., 2010.
2. Кошик А. Веб-аналитика 2.0 на практике. Тонкости и лучшие методики. М., 2018.
3. Наумов В.Н. Маркетинг. М., 2016.
4. Рожков И. В. Информационные системы и технологии в маркетинге. М., 2014.
5. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. М., 2016.

Правовое и этическое регулирование медиа

Законодательство о массовой информации, редакционные стандарты и этические медиакодексы: история, развитие, современность. Журналист как один из субъектов медиакоммуникаций. Государственная политика в области медиа, саморегулирование и сорегулирование. Медиа, власть и гражданское общество - этические аспекты. Право на информацию, методы ее получения и ограничения в доступе к ней. Взаимоотношения с источником информации: этический аспект. Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации. Границы свободы при создании и распространении медиаконтента: ценностные ориентиры. Журналист/медиакоммуникатор и аудитория - этический аспект. Диффамация, клевета и фейки. Кликбейт. Оскорбления, кибербуллинг, преследования в интернете. Охрана частной жизни гражданина, его изображения и персональных данных. Законодательство о рекламе. Этические кодексы в сфере рекламы и PR. Авторское право: история, законодательство, источники и основные понятия. Этические кодексы - о праве автора на контент. Объекты и субъекты авторских прав. Содержание интеллектуальных прав. Срок действия исключительного права. Права, смежные с авторскими. Договоры в авторском праве. Коллективное управление авторскими правами. Свободное использование произведений в медиа. Практика использования контента в медиа. Ответственность за нарушение законодательства о массовой информации и интеллектуальной собственности. Защита авторских прав. Освобождение от ответственности.

Литература:

1. Конституция Российской Федерации.
2. Закон РФ «О средствах массовой информации».
3. Федеральный закон РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
4. Федеральный закон РФ «О рекламе».
5. Гражданский кодекс Российской Федерации, часть IV.
6. Глобальная Хартия журналистской этики. М., 2019. Режим доступа: https://presscouncil.ru/images/docs/doc_2020/global_hartiya_etiki.pdf.

7. Медиаэтический стандарт 2.0. М., 2021. Режим доступа: https://presscouncil.ru/images/docs/doc_2021/Mediaethical_Standart_20.pdf
8. Панкеев И. А. Правовое регулирование СМИ. М., 2019.

Дополнительная литература:

1. Авраамов Д. С. Профессиональная этика журналиста. М., 2003.
2. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации (учебно-практический) к части четвертой /под ред. С.А. Степанова. М., 2016.
3. Комментарий к Закону РФ «О СМИ»
4. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста. М., 2018.
5. Методические рекомендации по вопросам лингвистической экспертизы спорных текстов СМИ. М., 2010. Режим доступа: <http://rusexpert.ru/public/guild/lingvokriminalistika.pdf>
6. Новомедийный стандарт. Режим доступа: <https://presscouncil.ru/teoriya-ipraktika/dokumenty/6267-novomedijnyj-standart-kolllegii-po-zhalobam-na-pressu>
7. Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации, утв. Президиумом ВС РФ 16.03.16. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_195322/
8. Панкеев И. А., Тимофеев А. А. Правовые основы фотожурналистики. М., 2019.
9. Панкеев И. А., Тимофеев А. А. Свободное использование произведений в СМИ. М., 2019.
10. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 15 июня 2010 г. № 16 г. Москва «О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации»». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_101401/
11. Право интеллектуальной собственности: актуальные проблемы: монография / под общ. ред. Е. А. Моргуновой. М., 2017.
12. Регламент медиаэтической медиации. Режим доступа: <https://presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/dokumenty/6268-reglament-mediaeticheskijmediatsii>
13. Шайхитдинова С. К. Медиа-этика. Казань, 2007.
14. Этико-правовое пособие для блогеров. Режим доступа: <https://bloggers.presscouncil.ru/index.php/2-uncategorised/7-etiko-pravovoe-posobiedlya-blogerov>

Социология медиакоммуникаций

Медиакоммуникации как объект социологического анализа. Организация и функционирование медиакоммуникаций в обществе. Эффекты и эффективность медиакоммуникаций. Медиакоммуникации и власть. Медиакоммуникации и культура. Медиасреда современного общества. Интернет как СМК и пространство социальной жизни. Медиакоммуникации как основа социальных взаимодействий. Медиапотребление как социальная практика. Методы социологических исследований медиакоммуникаций. «Большие данные» в медиакоммуникациях и медиасоциологии. Медиаизмерения - прикладные исследования для медиаиндустрии. Индустриальные измерения аудитории телевидения. Измерение аудитории радиостанций и печатных изданий. Исследования Интернета и измерение аудитории интернет-ресурсов. Принципы и технологии кроссплатформенных медиаизмерений.

Литература:

1. Горшков М. К., Шереги Ф.Э. Прикладная социология. М., 2015.
2. Кирия И. В., Новикова А. А. История и теория медиа. М., 2017.

3. Методология и методы социологического исследования / под ред. В. И. Дудиной, Е.Э. Смирновой. СПб., 2014.
4. Осипова Е. А., Орлова И. В., Соколова И. В. Социология массовых коммуникаций. М., 2014.
5. Тезаурус социологии. Кн. 2. Методология и методы социологических исследований: темат. слов.-справ. / под ред. Ж. Т. Тощенко. М., 2013.
6. Федотова Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика. М., 2014.

Дополнительная литература:

1. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. М., 2004.
2. Иванов Д. В. Виртуализация общества. Версия 2.0. СПб., 2002.
3. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М., 2005.
4. Костина А. В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества. М., 2006.
5. Ковалев П. А. Российская телевизионная аудитория. М., 2007.
6. Коробицын В. И., Юдина Е. Н. Социологические исследования ТВ и рекламы. М., 2006.
7. Коломиец В. П. Медиатизация медиа. М., 2020.
8. Макаревич Э., Карпухин О. Блеск и нищета массовых коммуникаций. М., 2016.
9. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М., 2004.
10. Новые медиа: социальная теория и методология исследований: словарь-справочник / отв.ред. О. В. Сергеева, О. В. Терещенко. СПб., 2017.
11. Онлайн-исследования в России: тенденции и перспективы /под ред. Шашкина А. В., Девятко И. Ф., Давыдова С. Г. М., 2016.
12. Полуэхтова И. А. Социокультурная динамика российской аудитории телевидения. М., 2009.
13. Полуэхтова И. А. Телевидение и его аудитория в эпоху Интернета. М., 2018.
14. Телевидение глазами телезрителей / под ред. И. А. Полуэхтовой. М., 2012.
15. Фомичева И. Д. Индустрия рейтингов. Введение в медиаметрию. М., 2004
16. Фомичева И. Д. Социология СМИ. М., 2012.
17. Черных А. И. Социология массовых коммуникаций. М., 2008.
18. Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2003.

Организация и методика вступительного экзамена.

Экзамен проводится в письменной форме.