


АНО ВО «МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
 Н. А. Михайличенко
«30» ноября 2020 г.

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

Б3

Направление подготовки – 42.03.02 «Журналистика»

Профиль подготовки – «Телерадио журналистика»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

Факультет рекламы, журналистики, психологии и искусства

Кафедра журналистики

Москва 2020

Программа государственного экзамена составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика», профиля подготовки «Телерадиожурналистика» и рабочими учебными планами, утвержденными ректором АНО ВО «Московский гуманитарный университет».

Авторы: *Головин Юрий Алексеевич*, доктор культурологии, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой журналистики МосГУ, профессор

Коханая Ольга Евгеньевна, доктор культурологии, кандидат философских наук, доцент, профессор кафедры журналистики МосГУ

Эксперты: *Шкондин Михаил Васильевич*, доктор филологических наук, профессор, ведущий научный сотрудник Проблемной научно-исследовательской лаборатории по изучению актуальных проблем журналистики кафедры периодической печати МГУ им. М.В. Ломоносова

Тулупов Владимир Васильевич, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой рекламы и дизайна, декан факультета журналистики ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет», президент Академии региональной печати России, член общественной палаты Воронежской области, член Союза журналистов России, член Союза писателей России, главный редактор научного журнала «Вестник ВГУ. Филология. Журналистика».

ОБСУЖДЕНО

на заседании кафедры журналистики
«28» октября 2020 г., протокол № 3.

ОДОБРЕНО

Методической комиссией факультета рекламы, журналистики, психологии и искусства
«18» ноября 2020 г., протокол № 3.

Раздел 1. Общие положения

1. Общие положения государственного экзамена по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика».

1.1. Программа государственного экзамена выпускников по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика» разработана в соответствии с:

- Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ (статья 59, часть 5);
- Федеральным государственным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика» (уровень бакалавриата), утвержденным 07.08.2014 г., приказ № 951;
- Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.04.2017 г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29.06.2015 № 636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»;
- Уставом АНО ВО «Московский гуманитарный университет»;
- Положением «О порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры», утвержденном ректором МосГУ 11.10.2018 г.
- Положением «Об обучении студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья», утвержденном ректором МосГУ 30.05.2018 г..

2. Государственная итоговая аттестация обучающихся проводится в форме: государственного экзамена и защиты выпускной квалификационной работы.

2.1. Государственный экзамен проводится по нескольким дисциплинам и (или) модулям образовательной программы, результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников. Государственный экзамен проводится устно.

2.2. Выпускная квалификационная работа представляет собой выполненную обучающимся работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

2.3. К итоговым аттестационным испытаниям допускаются студенты, успешно завершившее в полном объеме освоение основной профессиональной образовательной программы направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика», профилю подготовки «Телерадиожурналистика»,

разработанной вузом в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта высшего образования.

2.4. Государственную экзаменационную комиссию возглавляет председатель, утвержденный Министерством образования и науки Российской Федерации. В состав комиссии входят декан, заведующий выпускающей кафедрой, ведущие преподаватели по общепрофессиональным и специальным дисциплинам и представители работодателей.

2.5. Для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья государственная итоговая аттестация проводится организацией с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Раздел 2. Государственный экзамен

2.1. Общие требования к организации и проведению государственного экзамена по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика»

2.1. Государственный экзамен имеет статус междисциплинарного и проводится по утвержденной программе, содержащей перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен и рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену, в том числе перечень рекомендуемой литературы.

Перед государственным экзаменом проводится консультирование обучающихся по вопросам, включенным в программу государственного экзамена (далее – обзорные лекции).

2.2. Устанавливается следующий порядок проведения государственного экзамена:

2.2.1. Оценочные средства государственного экзамена разрабатываются выпускающей кафедрой на основе Программы государственной итоговой аттестации, проходят экспертизу Методической комиссии факультета и утверждаются председателем ГЭК. Вопросы и задания государственного экзамена должны отражать содержание федерального государственного образовательного стандарта.

2.2.2. Обучающиеся получают билет, состоящий из 2-х теоретических вопросов, третий вопрос практического характера – представление и защита творческого досье. Экзамен проводится в устной форме.

2.2.3. На подготовку устного ответа на вопросы экзаменационного билета отводится не менее 40 минут. При этом используются бланки установленного образца для оформления экзаменационного задания или подготовки к устному ответу.

2.2.4. Оценка формируется на основе ответов на поставленные в билете теоретические вопросы и качества представленного творческого досье. Итоговая оценка по экзамену сообщается обучающемуся в день экзамена, проставляется в протокол экзамена и зачетную книжку, где, как и в протоколе, расписываются председатель и секретарь. В протоколе экзамена фиксируется номер и вопросы экзаменационного билета, по которому проводился экзамен.

2.3. В государственную экзаменационную комиссию в день сдачи экзаменов представляются следующие документы:

- приказ ректора о допуске обучающихся к государственной итоговой аттестации;
- зачетные книжки обучающихся, полностью оформленные и подписанные деканом;
- сводная экзаменационная ведомость, отражающая выполнение обучающимися образовательной программы по направлению/специальности подготовки;
- оценочные средства (экзаменационные билеты, творческие досье обучающихся и т.п.);
- листы ответа обучающихся;
- оценочные листы для членов комиссии;
- экзаменационная ведомость.

2.4. Результаты государственного аттестационного испытания, проводимого в устной форме, объявляются в день его проведения.

2.5. Пересдача государственного экзамена с целью повышения положительной оценки не допускается.

2.2. Цель государственного экзамена и его место в структуре ОПОП по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика»

2.2.1. Государственный экзамен направлен на установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям ФГОС ВО. Он является частью государственной итоговой аттестации и в структуре ОПОП представлен в блоке Б3. Государственная итоговая аттестация (9 з.е.).

Согласно ФГОС, государственный экзамен должен обеспечить возможность глубокой и многосторонней проверки знаний в области журналистики, усвоенных обучающимся во время обучения. Государственный экзамен проводится с целью проверки конкретных функциональных возможностей обучающегося, способности его к самостоятельным суждениям на основе имеющихся знаний и учитывает общие требования к выпускнику, предусмотренные государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика».

2.3. Место государственного экзамена в профессиональной подготовке выпускника по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика»

2.3.1. Государственный экзамен является обобщающим теоретический курс экзаменом.

2.3.2. Экзамен предполагает проверку усвоения выпускниками знаний по таким дисциплинам как: *«Логика», «История русской журналистики», «История зарубежной журналистики», «Современный русский язык», «Стилистика и литературное редактирование», «Основы теории журналистики», «Система СМИ», «Основы журналистской деятельности», «Техника и технология СМИ», «Теория и практика телевидения и радио», «Основы актерского*

мастерства тележурналиста», «Телевизионные и компьютерные технологии», «Основы операторского мастерства тележурналиста», «Правовые основы журналистики», «Основы теории коммуникации», «Профессиональная этика журналиста», «Социология журналистики», «Психология журналистики», «Основы рекламы и публичных рилейнз в СМИ», «Экономика и менеджмент СМИ», «Современные зарубежные СМИ», «Актуальные проблемы современности и журналистика», «Актуальные проблемы современной науки и журналистика», «Социокультурные коммуникации», «Культура. Искусство. СМИ», «Психология массовых коммуникаций», «СМИ для детей и молодежи», «Литературное мастерство журналиста», «Мастер-класс: Создание журналистского текста».

2.4. Задачи Государственного экзамена в профессиональной подготовке выпускника по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика»

2.4.1. Основные задачи государственного экзамена по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика» связаны с проверкой сформированности профессиональных компетенций студента в сфере журналистской авторской, редакторской, проектно-аналитической, организационно-управленческой, социально-организаторской, производственно-технологической деятельности. Государственный экзамен по направлению 42.03.02 «Журналистика» (профиль «Телерадиожурналистика») призван выявить и оценить способность выпускника решать следующие профессиональные задачи, соответствующие уровню высшего образования «бакалавриат»:

в журналистской авторской деятельности:

- создание материалов для различных типов, видов СМИ и других медиа с учетом их специфики;

в редакторской деятельности:

- приведение предназначенных для размещения в газете, журнале, на информационной ленте, в теле-, радиоэфире, интернет-СМИ, материалов в соответствии с языковыми нормами, профессиональными стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов;

в проектно-аналитической деятельности:

- участие в разработке и коррекции концепции медиапроекта, определении его формата, в различных видах программирования, планирования;

в организационно-управленческой деятельности:

- участие в соответствии с должностным статусом в организации работы медиапредприятий, их подразделений, творческих коллективов;

в социально-организаторской деятельности:

- привлечение к сотрудничеству со СМИ и другими медиа представителей различных сегментов общества, организаций, учреждений и взаимодействие с ними;

в производственно-технологической деятельности:

- участие в производственном процессе выпуска издания, теле-, радиопрограммы, интернет-СМИ и других медиа на базе современных технологий.

2.4.2. Государственный экзамен по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика» должен показать, как выпускник владеет теоретическими знаниями и практическими навыками и умениями, способен решать профессиональные задачи в соответствии с профильной направленностью ОП бакалавриата и видами профессиональной деятельности соответствующие его квалификации:

- способность использовать знания в области общегуманитарных социальных наук (социология, психология, культурология и других) в контексте своей социальной и профессиональной деятельности;

- способность понимать сущность журналистской деятельности как многоаспектной, включающей подготовку собственных публикаций и работу с другими участниками медиапроизводства; индивидуальную и коллективную деятельность; текстовую и внетекстовую работу (проектную, продюсерскую, организаторскую), следовать базовым профессиональным стандартам журналистской работы;

- способностью в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах.

В практической профессиональной деятельности направления 42.03.02 «Журналистика» выпускник должен:

– знать основные этапы развития отечественной и зарубежной журналистики;

– ориентироваться в положениях основных документов, регламентирующих деятельность журналиста в России;

– осмысливать важнейшие проблемы, стоящие перед журналистами в современной обстановке, и способы их решения;

– освоить основные методы и технологические приемы, применяемые журналистами при осуществлении своей профессиональной деятельности;

– понимать структуру, принципы и методы работы подразделений редакций СМИ, действующие на территории Российской Федерации и т.д.;

- уметь оценивать степень готовности к публикации в печати или эфире предоставленного редакции материала;

- редактировать печатный текст, аудио- и видеоматериал;

- быть способен разрабатывать и корректировать концепции и модели издания, телевизионного и радиоканала, программы, передачи, рубрики, авторского проекта и т.д.;

- организовывать перспективное и текущее планирование деятельности органа массовой информации;

- планировать собственную работу;

- заниматься информационным маркетингом;
 - анализировать текущую деятельность органа массовой информации в процессе коллективных обсуждений (редакционные «летучки» и другие формы профессиональной рефлексии);
 - готовить текст к печати, выходу в эфир; набирать материал на компьютере;
 - верстать и оформлять номер или программу, монтировать аудио- и видеоматериала (в зависимости от профиля подготовки);
 - готовить к публикации ретранслируемую информацию (получение, анализ, отбор, компоновка официальных материалов, агентских сообщений, справочных и рекламных текстов, материалов служб изучения общественного мнения и т.д.);
 - выпускать информацию «в свет» и в эфир (обязанности дежурного по выпуску и т.п.);
 - использовать систему профессиональных знаний, обеспечивающих функциональную грамотность бакалавра в ситуациях журналистской коммуникации;
 - владеть алгоритмами решения практических задач в контексте ведущих видов профессиональной деятельности;
- решать следующие профессиональные задачи:**
- поиск исходных данных (сведений о людях, фактах, проблемах, ситуациях) для подготовки заявки на тему газетного, теле-, радио-, сетевого и т.д. материала;
 - предварительное ознакомление с существующими сведениями по данной теме и определением хода дальнейшей работы над нею;
 - «полевая» работа на объекте: сбор и анализ информации, необходимой для подготовки печатного, теле-, радио- или иного материала, текстов для сетевых СМИ (непосредственное наблюдение событий, беседы с людьми, обращение к документам, Web и другим источникам информации с целью изучения фактов, ситуаций, проблем);
 - формирование замысла будущего материала, составлением плана, сценарной разработки, подбором участников теле-, радиопередач и т.д.;
 - реализация профессионально-творческого замысла;
 - непосредственное создание материала для газеты, телевидения, радио, сетевых СМИ (в зависимости от профиля подготовки) в новостных, проблемно-аналитических и художественно-публицистических жанрах с использованием необходимых компонентов (иллюстративного, видео-, аудио- и другого материала), выразительных, языковых средств;
 - определение круга государственных, политических деятелей, работников науки, культуры, литературы, искусства, представителей общественности, которых целесообразно привлекать к участию в работе редакций (в различных формах);
 - помощь нештатным авторам, участникам теле- и радиопередач в подготовке материалов для СМИ (определение темы и концепции выступления, сотрудничество в процессе их реализации);

- обеспечение представленности в СМИ мнений широких слоев населения по актуальным проблемам действительности (организация и проведение опросов, в том числе, интерактивных, дискуссий и обсуждений, сеансов прямой телефонной связи, ток-шоу; публикация опросов общественного мнения и т.д.);

- организация и проведение массовых мероприятий, осуществляемых печатной и электронной прессой (просветительские, общественно-политические, экологические акции, конкурсы, викторины, игры и т.д.);

- работа с редакционной почтой: анализ писем, подготовка к публикации в печати, в эфире и т.д.

Современные требования к качеству журналистского образования определяются факторами конвергентной журналистики, интернационализации журналистского образования, изменениями технологий журналистского творчества (внедрение цифровых технологий, Интернета, мобильной журналистики). Эти обстоятельства определяют принципы отбора, построение содержания образовательной программы и итоговых государственных аттестационных испытаний.

Раздел 3. Компетенции, проверяемые в ходе государственного экзамена по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика»

В соответствии с ФГОС программа предусматривает выполнение следующих требований к уровню подготовки выпускника по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика»

Бакалавр по направлению подготовки «Журналистика» по итогам выполнения ОПОП бакалавриата должен обладать следующими компетенциями:

- общекультурными компетенциями (ОК):

способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

способностью использовать знания в области общегуманитарных социальных наук (социология, психология, культурология и других) в контексте своей социальной и профессиональной деятельности (ОК-3);

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);

способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-5);

способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-6);

способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-7);

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-8).

- общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

способностью осуществлять общественную миссию журналистики, эффективно реализовывать функции СМИ, понимать смысл свободы и социальной ответственности журналистики и журналиста и следовать этому в профессиональной деятельности (ОПК-1);

способностью ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, знать базовые принципы формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, особенности национальных медиамodelей и реалии функционирования российских СМИ, быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа (ОПК-2);

способностью понимать сущность журналистской профессии как социальной, информационной, творческой, знать ее базовые характеристики, смысл социальных ролей журналиста, качеств личности, необходимых для ответственного выполнения профессиональных функций (ОПК-3);

способностью ориентироваться в основных этапах и процессах развития отечественной литературы и журналистики, использовать этот опыт в практике профессиональной деятельности (ОПК-4);

способностью ориентироваться в основных этапах и процессах развития зарубежной литературы и журналистики, использовать этот опыт в профессиональной деятельности (ОПК-5);

способностью анализировать основные тенденции формирования социальной структуры современного общества, ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ (ОПК-6);

способностью руководствоваться в профессиональной деятельности правовыми нормами, регулирующими функционирование СМИ (ОПК-7);

способностью следовать в профессиональной деятельности основным российским и международным документам по журналистской этике (ОПК-8);

способностью базироваться на современном представлении о роли аудитории в потреблении и производстве массовой информации, знать методы изучения аудитории, понимать социальный смысл общественного участия в функционировании СМИ, природу и роль общественного мнения, знать основные методы его изучения, использовать эффективные формы взаимодействия с ним (ОПК-9);

способностью учитывать в профессиональной деятельности психологические и социально-психологические составляющие функционирования СМИ, особенности работы журналиста в данном аспекте (ОПК-10);

способностью учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента (ОПК-11);

способностью понимать сущность журналистской деятельности как многоаспектной, включающей подготовку собственных публикаций и работу с

другими участниками медиапроизводства; индивидуальную и коллективную деятельность; текстовую и внетекстовую работу (проектную, продюсерскую, организаторскую), следовать базовым профессиональным стандартам журналистской работы (ОПК-12);

способностью следовать принципам работы журналиста с источниками информации, знать методы ее сбора, селекции, проверки и анализа, возможности электронных баз данных и методы работы с ними (ОПК-13);

способностью базироваться на знании особенностей массовой информации, содержательной и структурно-композиционной специфики журналистских публикаций, технологии их создания, готовность применять инновационные подходы при создании медиатекстов (ОПК-14);

способностью ориентироваться в наиболее распространенных форматах печатных изданий, теле-, радиoproграмм, интернет-СМИ, современной жанровой и стилевой специфике различного рода медиатекстов, углубленно знать особенности новостной журналистики и представлять специфику других направлений (аналитическая, расследовательская, художественно-публицистическая журналистика) (ОПК-15);

быть способным использовать современные методы редакторской работы (ОПК-16);

способностью эффективно использовать лексические, грамматические, семантические, стилистические нормы современного русского языка в профессиональной деятельности (ОПК-17);

способностью эффективно использовать иностранный язык в связи с профессиональными задачами (ОПК-18);

способностью понимать специфику работы в условиях мультимедийной среды, владеть методами и технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, графика, анимация) (ОПК-19);

способностью использовать современную техническую базу и новейшие цифровые технологии, применяемые в медиасфере, для решения профессиональных задач, ориентироваться в современных тенденциях дизайна и инфографики в СМИ (ОПК-20);

способностью применять знание основ публичных рилейнз и рекламы в профессиональной деятельности (ОПК-21);

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-22);

профессиональными компетенциями (ПК), соответствующими виду (видам) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата:

журналистская авторская деятельность:

способностью выбирать актуальные темы, проблемы для публикаций, владеть методами сбора информации, ее проверки и анализа (ПК-1);

способностью в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием

различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах (ПК-2);

редакторская деятельность:

способностью анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов (ПК-3);

проектно-аналитическая деятельность:

способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4);

организационно-управленческая деятельность:

способностью участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиапродукт на информационный рынок, работать в команде, сотрудничать с техническими службами (ПК-5);

социально-организаторская деятельность:

способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6);

производственно-технологическая деятельность:

способностью участвовать в производственном процессе выхода печатного издания, теле-, радиoproграммы, мультимедийного материала в соответствии с современными технологическими требованиями (ПК-7).

Раздел 4. Порядок проведения государственной итоговой аттестации по государственному экзамену по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика»

4.1. Порядок проведения государственного экзамена по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика»

4.1.1. Государственный экзамен проводится в соответствии с учебным планом направления обучения в сроки, определенные графиком учебного процесса на данный учебный год.

Не позднее чем за 30 календарных дней до проведения первого государственного аттестационного испытания ректор МосГУ утверждает подготовленное деканатом расписание государственных аттестационных испытаний, в котором указываются даты, время и место проведения государственных аттестационных испытаний и предэкзаменационных консультаций. Де-канат факультета доводит расписание до сведения обучающихся, членов ГЭК и апелляционной комиссии, секретаря ГЭК, руководителей выпускных квалификационных работ.

При формировании расписания устанавливаются перерывы между государственными аттестационными испытаниями продолжительностью не менее 7 календарных дней.

4.1.2. Распоряжением по факультету определяется график проведения консультаций к экзамену (обзорных лекций) и самого Государственного экзамена.

4.1.3. Государственный экзамен проводится устно. При подготовке студенты оформляют письменно ответы на вопросы на специальных бланках с логотипом Университета. Эти листы с ответами подписываются студентом.

При устном опросе, проводимом комиссией с каждым студентом персонально, обращается внимание на полноту и грамотность ответов на вопросы экзаменационных билетов, а также дополнительных вопросов членов комиссии.

4.1.4. Результаты экзамена обсуждаются на закрытом заседании ГЭК, определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка **«отлично»** выставляется обучаемому, если он демонстрирует системное и глубокое знание программного материала; последовательно, грамотно и логически стройно его излагает; свободно владеет профессиональной терминологией из различных разделов аттестуемых дисциплин; показывает знание современной учебной и научной литературы; уверенно ориентируется в проблемных ситуациях; демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, делать правильные выводы.

Оценка **«хорошо»** выставляется обучаемому, если он твердо знает программный материал; систематизировано и последовательно излагает его, допуская незначительные ошибки; демонстрирует усвоение основной учебной и дополнительной литературы; свободно владеет профессиональной терминологией; ориентируется в проблемных ситуациях; показывает умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется обучаемому, если он усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей; непоследовательно и недостаточно полно излагает и обосновывает свой ответ, но показано общее понимание вопроса; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, формулировке терминов; испытывает затруднения при ответе на часть дополнительных вопросов или анализе практических ситуаций.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется обучаемому, если он не знает или не понимает значительной части программного материала; беспорядочно и неуверенно излагает материал; допускает ошибки в формулировке определений и терминов, искажающих их смысл, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов; слабо ориентируется в проблемных ситуациях; не смог ответить на дополнительные вопросы или отказался отвечать.

Итоги объявляются в тот же день, после оформления в установленном порядке протоколов заседания государственной экзаменационной комиссии.

Студенты, не сдавшие государственный экзамен, не допускаются к защите выпускной квалификационной работы.

4.1.5. Содержание программы государственного экзамена представлено основными разделами, которые характеризуют направления подготовки 42.03.02 «Журналистика».

4.1.6. Основные разделы программы снабжены списками рекомендуемой литературы и примерными вопросами к экзамену.

4.2 Структура и содержание экзаменационного билета при проведении государственного экзамена по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика»

4.2.1. С целью выявления уровня сформированности компетенций, соответствующих направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика», на государственный экзамен выносятся наиболее важные теоретические вопросы и практические задания из курсов дисциплин базовой части образовательной программы, а также из некоторых курсов дисциплин вариативной части, имеющие особое значение для оценки профессиональной компетентности бакалавра журналистики (профиль «Телерадиожурналистика»).

В экзаменационный билет государственного экзамена включаются два теоретических вопроса и третий вопрос практического характера – представление и защита творческого досье выпускника.

4.2.2. Первый вопрос фундаментально-теоретический, общепрофессиональный, или исторический, носит междисциплинарный характер, либо находится на стыке гуманитарных, общепрофессиональных и специальных дисциплин: о фундаментально-теоретических положениях функционирования журналистики в обществе, по истории отечественных или зарубежных СМИ, социологии, психологии, праву, этике, экономике журналиста.

4.2.3. Второй вопрос экзаменационного билета теоретико-практический, относится к содержанию профессиональной журналистской деятельности на телевидении, на радио, то есть по профилю подготовки выпускника.

4.2.4. Защита творческого досье.

Самостоятельной и важнейшей частью государственного экзамена по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика» является *защита выпускником своего творческого профессионального досье*, состоящего из подготовленных им за период обучения журналистских материалов, опубликованных в СМИ разных типов: печати, на радио и телевидении, в интернет-СМИ и т.п.

Основная цель формирования творческого досье - накопить и сохранить документальное подтверждение собственных достижений студента в профессиональной сфере в процессе его обучения в университете. Цель данной части экзамена - проверка умения выпускника решать профессионально - практические задачи, соответствующие уровню подготовки специалиста в

условиях реальной практики профессиональной деятельности, что позволяет сократить сроки его профессиональной адаптации.

Творческое досье является не только современной эффективной формой самооценивания результатов образовательной деятельности студента, но и способствует:

- мотивации к образовательным достижениям;
- приобретению опыта в деловой конкуренции;
- обоснованной реализации самообразования для развития профессиональных компетентностей;
- выработке умения объективно оценивать уровень своих профессиональных компетентностей;
- повышению конкурентоспособности будущего специалиста.

Защита творческого досье на государственном экзамене вводится в целях повышения требования к качеству обучения студентов. В творческое досье могут входить:

- материалы рекламных и PR-акций;
- материалы редакторской, продюсерской или иных видов деятельности в СМИ;
- материалы, подтверждающие участие в научных исследованиях;
- творческие характеристики из организаций, в которых студент проходил практику;
- отзывы преподавателей-руководителей производственных практик;
- заключительная рецензия преподавателя выпускной кафедры (как правило, научного руководителя выпускной квалификационной работы) об итогах практической работы выпускника за весь период обучения с анализом динамики его профессионального роста.

Представленные материалы проходят предварительное рецензирование. Рецензентами являются преподаватели профилирующих кафедр и сотрудники средств массовой информации. В досье должны быть представлены отзывы руководителей производственных практик студента и другие материалы, характеризующие его профессионально-творческие достижения (полученные дипломы, премии, грамоты и т.д.).

Процедура защиты творческого досье предполагает:

- краткий отчет выпускника о прохождении практики за годы обучения и ее результатах;
- ознакомление членов государственно-экзаменационной комиссии с творческим досье;
- вопросы и замечания членов государственной экзаменационной комиссии;
- итоговое решение комиссии.

На государственном экзамене в ходе процедуры защиты творческого досье комиссии выносит итоговую оценку представленных выпускником материалов.

В критерии оценки творческого досье выпускника входят: систематичность подготовки им журналистских материалов в течение всего периода обучения и их уровень: умение работать с разнообразными

источниками информации, на достаточном профессиональном уровне готовить собственные и авторские материалы для печати, телевидения, радио, сетевых СМИ (новизна подхода, достаточная фактическая основа, четкость аргументации, обоснованность выводов, использование образных жанров, изобразительно-выразительных средств, учет особенностей аудитории и т.п.). В случае участия выпускника в разработке нового медийного проекта учитываются такие характеристики, как его инновационность, обоснованность концепции, проработанность маркетинговой стратегии, экономическая эффективность, практическая значимость.

Раздел 5. Содержание государственного экзамена по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика»

5.1. Содержание программы государственного экзамена

5.1.1 Разделы, рекомендуемые для включения в программу государственного экзамена:

Раздел 1. Общие проблемы теории журналистики

Тема 1. Предмет изучения теории журналистики

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

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.

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

Проблемы развития мировой цивилизации и журналистика. Журналистика как часть массовой коммуникации. Журналистика как массово-информационная деятельность. Сущность, специфика массовой информации.

Тема 2. Специфика массово-информационной деятельности

Информационное обеспечение жизнедеятельности общества. Понятие «информация»: обыденное и научное содержание термина. Многообразие использования. Традиционные и современные значения. Атрибутивный и функциональный подходы. Информация и знание. Производство - текст - информация.

Массовая информация в ее взаимоотношениях с личностной и специальной. Признаки и специфика массовой информации. Журналистика как носитель массовой информации. Массово-информационная деятельность: сбор, обработка, компоновка, передача, восприятие, трансформация, хранение и использование информации.

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

Массовая информация в социальном управлении. 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 журналистики в современном обществе

Функциональный подход к журналистской деятельности. Место категории «функция» в системе знаний о журналистике. Взаимосвязь понятий «цель», «средства», «деятельность», «результат».

Функциональная роль СМИ в общественной системе и представления о функциях различных субъектов системы (учредителя, журналиста, аудитории).

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. Журналистика и массовое сознание. Структура массового сознания и его реальное бытие в различных социальных группах. Журналистика и различные компоненты массового сознания (мировоззрение, мирозерцание, историческое сознание, общественное мнение).

Место и роль журналистики в формировании отдельных компонентов массового сознания. Определяющий сущность СМИ характер взаимоотношений «журналистика - общественное мнение». СМИ -аккумулятор, трибуна, комментатор, аналитик, инструмент формирования, преобразования и развития общественного мнения.

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.

Тема 4. Социальная позиция журналиста

Представления журналиста о функциях и выполнении их в зависимости от его взглядов на жизнь общества. Социальная позиция журналиста как культурно-идеологически определенное отношение к прошлому и настоящему, представление о желаемом будущем, действующих силах, путях и средствах его достижения. Журналистика и разнообразие позиций, ценностей и интересов социальных групп (классовых, национальных, региональных, конфессиональных, возрастных и др.) и общественных объединений.

Социально-групповое и общечеловеческое начала в позиции: трудности

согласования подходов. Границы разнообразия в рамках гуманистической системы ориентиров: необходимость видения жизни человека и общества в перспективе социально-экономического и духовного прогресса, соблюдения прав человека и решения глобальных проблем человечества. Проблема конвергенции различных позиций. Отношение к экстремизму в различных проявлениях. Выбор позиции и проблема независимости журналиста. Позиция по убеждению, конформизм и нонконформизм.

Социальная позиция как система принципов деятельности. Гуманистические критерии деятельности в СМИ. Принципиальность - ясность последовательность позиции и формы ее реализации. Проблема верности принципам. Ложные формы принципиальности (догматическая, демагогическая). Недостаток принципиальности - отступления от принципиальности — беспринципность. Творческая, антидогматическая природа подлинной принципиальности. Принципиальность в условиях политического плюрализма. Возможности трансформации принципов в результате борьбы мнений в целях более точного учета требований жизни.

Тема 5. Проблемы свободы СМИ в современных условиях

Многозначность понятия «свобода» и трудности, связанные с его пониманием и использованием. Концепции свободы прессы.

Возникновение лозунга «свободы печати». Становление и характер концепций свободы: авторитарная, полной свободы, ответственной свободы. Зависимость концептуальных решений от социальной позиции различных общественных сил. Политическая и идеологическая борьба на различных этапах развития журналистики.

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.

Юридический аспект свободы журналистики. Законодательство о журналистике как юридическая фиксация рамок социально-творческой свободы. Мера адекватности действующих норм. Ограничение свободы и злоупотребление ею. Пресечение злоупотреблений свободой печати на основе закона. Законодательно закрепленные права и обязанности субъектов журналистской деятельности. Права аудитории СМИ на информацию. Социальные институты как объекты публикаций: объективная ответственность и характер ее закрепления в законодательстве. Нормы международного права и национальное законодательство.

Экономические условия и возможности реализации права на свободу журналистской деятельности. Экономические основы функционирования СМИ в государственном, общественном, частном секторах. Источники средств. Проблема экономической независимости. Диверсификация источников финансовых поступлений.

Международные обмены в массово-информационной деятельности. От

«холодной войны» к сотрудничеству при разнообразных и противоречивых ориентациях. Глобализация и проблемы формирования единого мирового «информационного пространства» на пути к «открытому обществу».

Тема 6. Журналистика в системе социальных институтов

Многообразие видов социальных институтов и их юридических статусов. Журналистика как социальный институт демократического общества. Вопрос о журналистике как «четвертой власти». Специфика, масштабы, ограничения формы реализации «властных полномочий» различных СМИ. СМИ как инструмент непосредственной демократии. Проблема легитимности СМИ как «четвертой власти». Участие СМИ в формировании и реализации делиберативной (думающей) партиципаторной (участвующей) демократии. Отношения с институтами представительной демократии («первой», «второй», «третьей» властями). Область и мера «властных полномочий» СМИ. СМИ как «сверхвласть» или «недовласть». Журналистика и общественное мнение.

СМИ как сфера публичной политики в демократическом обществе. СМИ и информационный порядок в демократическом, гуманистически ориентированном обществе. Информационное обеспечение демократии (представительной и непосредственной) через достижение информированности всех слоев общества. Плюрализм как обязательное условие демократизма. «Необходимое и достаточное» разнообразие СМИ в демократическом обществе. Проблема моноплюрализма. Толерантность (терпимость) к инакомыслию. Признание равенства социальных сил и позиций (исключая экстремизм). Диалог как способ движения к согласию и его достижения. Многообразие форм: закрытая позиция (монолог), «монологический диалог», «диалогический монолог», открытый диалог. Полнота и адекватность представления и обсуждения взглядов и предложений участников. Ход и результаты диалога. Консенсус, компромисс, паллиативное решение, «отложенный диалог». Проблема «сдвига к центру». Зависимость успеха от намерений сторон и их способности вести конструктивный диалог. «Социальное партнерство» как условие и результат достижения информационного порядка.

Журналистика в правовом государстве. Проблема социального диалога.

Государственная политика в области СМИ. Требования информационного порядка и его нормативного фиксирования. Саморегулирование (прежде всего этическое) в журналистике. Общественный контроль.

Обеспечение информационной безопасности. Государственная «доктрина информационной безопасности». Национальные интересы в обеспечении информационной безопасности личности (человека и гражданина), общества, государства. Информированность как важнейшее условие безопасного состояния и развития. Угрозы (внутренние и внешние). Участие различных общественных сил и институтов в поддержании массово-информационной безопасности. Социальные типы журналистики, необходимые для достижения информированности и поддержания информационной безопасности СМИ гражданского общества.

Раздел 2. Система средств массовой информации

Структура системы средств массовой информации как отображение

многообразия интересов и потребностей различных социальных групп общества. Типология СМИ. Основные типоформирующие факторы изданий, теле-, радиоканалов и программ.

Периодическая печать в системе средств массовой информации: ее функции. Газеты, еженедельники, журналы как основные виды печатных изданий. Динамика развития периодических изданий в условиях информационного рынка. Телевидение в системе средств массовой информации: его функции и основные виды. Тенденции развития телевидения. Типология телевизионных каналов и программ.

Радиовещание в системе средств массовой информации: его функции и основные виды. Тенденции развития радиовещания. Типология радиоканалов и программ. Сетевые СМИ: функции, структура, тенденции развития.

Информационные агентства и службы в системе СМИ: современное состояние и тенденции развития.

Различные секторы отечественной журналистики: государственные, государственно-общественные, общественные, частные и др. СМИ. Качественная и массовая пресса: критерии различия.

Общероссийские и региональные СМИ как различные уровни коммуникации. Проблемы формирования и развития системы региональных средств массовой информации. Издания (каналы), рассчитанные на различные аудиторные группы (женские, молодежные, детские и т.п.)

Деловые издания и программы: функциональные и структурные особенности, характер аудитории.

Культурно-просветительские издания, каналы, программы. Спортивные издания, каналы, программы. Развлекательные издания, каналы, программы. Рекламные и рекламно-информационные СМИ. Типология журнальной периодики и тенденции ее развития. Государственная информационная политика и практика ее осуществления.

Экономические, социально-политические и духовно-идеологические условия и факторы развития современной отечественной системы средств массовой информации.

Раздел 3. Организация работы редакции, редакционный менеджмент, экономика, техника и технология СМИ

Редакция как профессионально-творческая, организационно-производственная и экономическая структура. Структура редакции и современные тенденции ее формирования. Особенности функционирования редакции в различных типах СМИ. Разработка концепции органа информации.

Программирование и планирование в редакционной практике. Моделирование в журналистике. Виды, типы моделей.

Дизайн в журналистике. Особенности оформления различных типов СМИ.

Соотношение организационной, управленческой, производственной, творческой и коммерческой деятельности редакции. Редакционный менеджмент. Задачи, направления и методы работы. Психологические аспекты управления редакционным коллективом. Службы публик рилейшнз в сфере СМИ: сущность,

функции, методы организации.

Техническая база СМИ на современном этапе. Основные тенденции развития полиграфической техники. Электронные технологии в журналистике.

Рынок массовой информации. Его формирование и развитие в условиях России. Информационный маркетинг.

Экономические основы функционирования СМИ. Формы собственности и особенности концентрации капитала в сфере СМИ: издательские дома, холдинги, концерны. Взаимоотношения органа информации с владельцем, учредителем и издателем, формы их взаимодействия.

Условия и факторы развития рекламы в СМИ. Рекламные компании в прессе, на радио, телевидении.

Организация общественных акций и обсуждений в прессе. Интерактивность как качество современных СМИ.

Раздел 4. Журналистика как область творческой деятельности

Творческая деятельность как способ реализации функций СМИ на базе принятой социальной позиции. Сущность творчества. Единство продуктивного и репродуктивного.

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

Формирование, принятие и проведение информационной политики - содержательная основа творчества. Сущность и структурные части информационной политики. Направление издания и программы как реальное проявление социальной позиции. «Мягкие» и «жесткие» формы реализации. Программная политика. Проблемно-тематические линии и формы их творческого воплощения. Факты, комментарии и мнения. Отношения со своей аудиторией. Взаимоотношения с другими СМИ. Реализация информационной политики: пропаганда, агитация, контрпропаганда.

Редакция как творческий коллектив. Взаимодополнение и взаимозаменяемость. Индивидуальные и коллективные формы творчества. Номер (программа) как результат труда творческого коллектива. Качества массовой информации: достоверность, объективность, актуальность, оперативность, последовательность и т.д. Доказательность и убедительность. Опровержение и переубеждение.

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

Типы и методологические основы творчества в журналистике. Использование в СМИ научного, художественного, публицистического типов творчества. Роль и специфика публицистики в журналистике. Публицистика и

общественное мнение. Публицистичность других произведений в СМИ. Методологическая культура журналиста (общесоциальная, общепублицистская, эмпирическая, интерпретационная). 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 журналиста, его профессиональные качества.

Функции СМИ и аудиторный фактор как основа журналистской деятельности.

Журналистский текст как продукт авторского творчества. Способ творческой деятельности журналиста: основные слагаемые. Система методов журналистского творчества на стадиях познавательной деятельности и создания текста.

Профессиональное общение журналиста. Искусство интервью. Система источников информации и проблемы доступа к информации.

Система жанров журналистики и тенденции их развития. Новостная журналистика. Особенности репортерской деятельности. Жанровая структура. Сущность аналитической журналистики. Расследовательская журналистика. Публицистика как вид творческой деятельности. Принципы и методы редактирования при подготовке материалов печати, радиовещания, телевидения.

Влияние новых информационных технологий на журналистскую деятельность.

Раздел 5. Правовые и этические основы функционирования журналистики

Основные принципы, направления и способы правильного регулирования деятельности СМИ.

Система современного российского законодательства о СМИ. Закон РФ о средствах массовой информации как базовый нормативный акт. Государственные органы управления и контроля в сфере СМИ: правовой статус, основные функции.

Права собственности в сфере СМИ. Правовое положение владельца и учредителя органа информации. Правовое положение органов СМИ как информационной, производственной и предпринимательской структуры. Права и обязанности журналиста.

Нормы авторского права в сфере журналистики. Правовое регулирование деятельности СМИ в период избирательных компаний.

Закон РФ «О рекламе».

Судебная и общественная защита свободы СМИ.

Международное гуманитарное право.

Значение этических норм как базы профессиональной деятельности журналиста. Этические принципы взаимоотношений журналиста с источниками информации, героями публикаций и аудиторией СМИ. Кодексы профессиональной этики журналиста (отечественные и зарубежные).

Раздел 6. Социология журналистики

Социология и журналистика: направления использования социологических подходов, методов и информации в журналистской практике. Теория массовой коммуникации: особенности процесса массовой коммуникации, социальные функции СМИ, социальные эффекты. Социологическое обеспечение при разработке концепции и программы органа информации.

Аудитория СМИ: социальные потребности и интересы, методы медиаметрических исследований, особенности информационного поведения аудитории российских СМИ.

Методы изучения текстов печати, телевидения, радио (контентаналитические исследования).

Редакция и журналисты как объекты социологических исследований. Социология в авторской журналистской работе. Методы изучения общественного мнения и способы представления его в СМИ.

Раздел 7. Современный русский язык и практическая стилистика

Стилистическая система русского литературного языка. Функционирование лексических и фразеологических средств современного русского языка. Функционирование морфологических форм речи. Стилистика текста.

Раздел 8. Литературное редактирование

Значение редакторского опыта писателей и публицистов для современного редактора. Текст как объект литературного редактирования. Психологические предпосылки редактирования. Логические основы редактирования текста.

Работа над композицией авторского материала. Виды текстов и особенности работы редактора над ними. Работа над фактическим материалом. Работа над языком и стилем публикаций. Методика редактирования авторского текста.

Раздел 9. История русской журналистики

Возникновение русской журналистики. Петровские «Ведомости» и др. Журналистская деятельность А.С. Пушкина («Литературная газета», «Телескоп», «Современник»).

В.Г. Белинский и журналистика 30-40-х гг. XIX в. («Отечественные записки» и «Современник»).

Вольная русская пресса XIX в. за рубежом («Полярная звезда», «Колокол» А.И. Герцена).

«Русское слово». Публицистика Д.И. Писарева

Журнал «Современник» в 50-60 гг. XIX в. Эпоха реформ. Крестьянская тема (Н.Г. Чернышевский, Н.А. Добролюбов).

Н.М. Катков - лидер консервативной журналистики второй половины XIX в. («Русский вестник», «Московские ведомости»)

Ведущие русские либеральные издания последней четверти XIX в. («Вестник Европы», «Русская мысль», «Русские ведомости» и др.) «Отечественные записки» под редакцией Н.А. Некрасова и М.Е. Салтыкова-Щедрина (1868-1884 гг.)

Публицистика М.Е. Салтыкова-Щедрина. М.Е. Салтыков-Щедрин о современной ему прессе.

Газета «Русское слово» И.Д.Сытина. Участие в газете В.М. Дорошевича. Г.И.Успенский - очеркист русской деревни.

В.Г.Короленко против насилия и произвола («Мултанское жертвоприношение», «Сорочинская трагедия», «Бытовое явление», «Письма А.В. Луначарскому»). Русская газета и газетное дело во второй половине XIX в. Публицистика русской социал-демократии (Г.В. Плеханов, В.И.Ленин и др.) Формирование многопартийной журналистики в начале XX в.

Журналистика 1917 г. Журналистика первого советского десятилетия.

Журналистика во второй половине 20-30-х гг. XX в. в условиях становления сталинского тоталитарного режима. Журналистика русского зарубежья (1920-1940 гг.)

Публицистика и публицисты периода Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.)

Журналистика конца 50-х - начала 60-х гг. XX в. в условиях поиска путей демократизации общества, социально-политических и экономических преобразований страны.

Средства массовой информации СССР как единый пропагандистский комплекс в 70-х - середине 80-х гг. XX в.: особенности организации и функционирования.

Пресса «перестройки» в условиях демократизации и гласности.

Отечественные СМИ на современном этапе реформирования и развития российского общества.

Раздел 10. Зарубежная журналистика

Истоки публицистики. Античные ораторы.

«Новый Завет» и развитие европейской публицистики

значение изобретения печатного станка И.Гутенбергом для развития прессы.

Английские публицисты XVIII в. Д.Дефо, Дж. Свифт.

«Декларация прав человека и гражданина» и французская концепция свободы печати. Публицисты Французской революции.

Дж. Мильтон и концепция свободы печати.

«Билль о правах» и английская концепция свободы печати.

Первая поправка к конституции США и американская концепция свободы печати.

К.Маркс и Ф.Энгельс – публицисты.

Дж. Рид – публицист.

Э.Киш – публицист.

Современные зарубежные теории СМИ.

Основные типологические модели зарубежной прессы.

Основные модели зарубежного теле- и радиовещания.

Основные зарубежные медиаконцерны.

СМИ и конвенция.

Новые технологии в сфере массовой информации и зарубежная журналистика.

СМИ США.

СМИ Великобритании. СМИ Франции. СМИ Италии. СМИ Германии. СМИ стран Северной Европы.

Современные СМИ стран Восточной Европы.

СМИ стран Азии и Африки.

5.2. Перечень примерных вопросов государственного экзамена по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика» и проверяемые компетенции

№ n/n	Вопрос экзамена	Проверяемые компетенции
1.	Функции журналистики в современном обществе.	ОПК-1, ОПК-12, ПК-1
2.	Факторы и тенденции развития современных медиасистем.	ОПК-2
3.	Современные модели медиасистем. Российская медиасистема.	ОПК-2
4.	Профессионально-этические нормы и стандарты журналистики.	ОПК-8
5.	Участие новых медиа в формировании повестки дня: параллельная реальность.	ОПК-3, ОПК-19
6.	Процесс медиаконвергенции и российская журналистика.	ОПК-2
7.	Журналистский текст: тема, идея, структура.	ОПК-14, ОПК-15, ПК-2, ПК-4, ПК-5
8.	Журналистика как профессиональная деятельность в системе социального воспроизводства	ОПК-3, ОПК-14
9.	Журналистика как профессиональная деятельность в системе социального воспроизводства	ОПК-3, ОПК-14
10.	Миссия журналистики, её ролевой статус и главные функции	ОПК-3, ОПК-14
11.	Журналистское творчество, его отличительные признаки и специфика конечного продукта	ОПК-3, ОПК-14
12.	Журналистика и публицистика: сущность, сходства и различия	ОПК-6, ОПК-9
13.	Методы сбора информации в прессе: опрос, наблюдение, анализ документов, эксперимент	ОК-2, ОПК-3, ОПК-6, ОПК-14
14.	Журналистская «картина мира»: методы и способы познавательной деятельности в прессе	ОПК-3, ОПК-14
15.	Информационная модель действительности, её структура и особенности отражения повседневности	ОПК-3, ОПК-14
16.	Общественная «повестка дня»: журналистские механизмы её формирования	ОПК-3, ОПК-14
17.	Опорные категории журналистики (факт, понятие, образ), их сущность и характеристика	ОПК-3, ОПК-14
18.	Эффективность (действенность) журналистского выступления, его задача и сверхзадача	ОПК-3, ОПК-14

19.	Журналистское произведение как медиапродукт, его семантика и стилистика	ОПК-3, ОПК-14
20.	Система журналистских жанров, их типология и назначение	ОПК-3, ОПК-14
21.	Свобода слова и ответственности в журналистской деятельности	ОПК-3, ОПК-14
22.	Информационные потребности общества и интересы государства в масс-медиа	ОПК-3, ОПК-14
23.	Информационная политика государства: основы формирования и механизмы реализации	ОК-5, ОПК-7
24.	Правовой статус средств массовой информации в обществе и государстве	ОК-5, ОПК-7
25.	Система прав субъекта журналистской деятельности и практика их применения	ОК-5, ОПК-7
26.	Система обязанностей субъекта журналистской деятельности и практика их соблюдения	ОК-5, ОПК-7
27.	Новостные и аналитические критерии журналистского текста.	ОПК-13, ОПК-15
28.	Композиция и структурные элементы новостного материала.	ОПК-13, ОПК-15
29.	Этические принципы взаимоотношений журналиста с источниками информации, героями публикаций и аудиторией СМИ.	ОК-7, ОПК-8
30.	Журналистское интервью: этапы работы, профессионально-этические аспекты.	ОПК-15
31.	Газетно-журнальная продукция в структуре медиасистемы России.	ОПК-2
32.	Структура и жанровое своеобразие современного российского радиовещания: основные характеристики.	ОПК-2
33.	Специфика информационного телевидения и функции телевидения в современном обществе.	ОПК-15
34.	Интернет-СМИ России: основные характеристики.	ОПК-19
35.	Особенности мультимедийного контента: жанры и формы.	ОПК-19, ОПК-20
36.	Работа конвергентной редакции	ОПК-19, ОПК-20
37.	Социальные сети и их место в современных медиакоммуникациях.	ОПК-19, ПК-6
38.	Информационные агентства и другие структуры информационного обслуживания СМИ	ОПК-2, ОПК-15
39.	Основные понятия медиаэкономики.	ОПК-11
40.	Экономические модели печатных СМИ.	ОПК-11
41.	Экономические модели аудиовизуальных СМИ.	ОПК-11
42.	Тенденции функционирования книгоиздания в условиях общественной трансформации	ОПК-2, ОПК-15
43.	Массовая аудитория: базовые	ОПК-9

	характеристики, тенденции в поведении и отношении к печатным и электронным СМИ.	
44.	Методы социологических исследований СМИ.	ОПК-10
45.	Социальные функции и эффекты деятельности СМИ.	ОК-3, ОК-7
46.	Сущность и функции связей с общественностью. Работа пресс-служб.	ОПК-9, ОПК-21
47.	Виды рекламы, основания ее классификации. Реклама в СМИ.	ОПК-21, ПК-6
48.	Возникновение и развитие русской журналистики в XVIII веке. «Ведомости». Сатирические журналы.	ОПК-4
49.	Система печати России в первой четверти XIX века. Журналистика в период Отечественной войны 1812 г. Журналистика декабристов.	ОПК-4
50.	Русская журналистика в период подготовки и проведения реформ 1860-х годов и в пореформенный период. Вольная русская пресса за рубежом. Основные издания и авторы.	ОПК-4
51.	Формирование системы партийно-советских СМИ в 1920-е и 30-е гг.: структура, функции и методы управления.	ОПК-4
52.	Перестройка системы советских СМИ и ее задачи в период Великой Отечественной войны.	ОПК-4
53.	Развитие послевоенной системы СМИ как единого информационно-пропагандистского комплекса: задачи и основные тенденции.	ОПК-4
54.	Развитие системы советских СМИ в 1956—1985 гг.	ОПК-4
55.	Отечественная журналистика в период перестройки	ОПК-4
56.	Назовите основных представителей публицистики Английской революции 17 века и определите их вклад в развитие мировой публицистики	ОПК-5
57.	Назовите основных представителей Английской журналистики и публицистики начала 18 века и расскажите об их творчестве	ОПК-5
58.	Назовите основных представителей публицистики США конца 18 века и расскажите об их творчестве	ОПК-5
59.	Французский закон о печати	ОПК-5
60.	Особенности развития средств информации в XX в. Зарождение и развитие новых каналов информации. Кино. Радиовещание. Телевидение	ОПК-5
61.	Особенности развития зарубежных средств массовой информации на рубеже XX и XXI вв.	ОПК-22

62.	Психологическая и информационная войны в публичной сфере: общее и особенное (по содержанию и форме)	ОПК-4
63.	Отечественная журналистика рубежа XX — начале XXI вв.	ОПК-5
64.	Развитие новых направлений и понятий в мировой современной журналистике	ОПК-5
65.	Интерактивность как важная особенность современной журналистики в Европе и США	ОПК-22
66.	Как соотносятся с программной политикой СМИ, в частности, российского ТВ, насущные проблемы мира и современной российской цивилизации, главные ценности общества, которые выделяют эксперты и соцопросы?	ОК-4, ОК-5, ОПК-1
67.	Основные характеристики делового общения. Коммуникативный кодекс Г.П. Грайса и Дж.Н. Лича	ОК-6, ОПК-3
68.	Нравственные установки участников социокультурной коммуникации	ОК-6, ОПК-3
69.	Деловая беседа как вид делового общения	ОК-6, ОПК-3
70.	Переговоры как вид делового общения. Особенности деловой культуры ведения переговоров на примере одной из стран (Япония, США, др. страны)	ОК-6, ОПК-3, ОПК-18
71.	Сфера культуры и журналистика. Культура работы самого журналиста. Полемика и скандалы в СМИ. Понятие культурного генотипа	ПК-1
72.	Журналистика как социальный институт и отражение картины мира и России. Информационная перенасыщенность. Условия выживания и успешного функционирования СМИ в новых условиях.	ПК-1
73.	Терроризм и организованная и проблема свободы информации в условиях борьбы с терроризмом. Что из себя представляет запрещённое государство ИГИЛ? Что из себя представляют Талибан и Аль-Каида? Что из себя представляют по версии СМИ другие террористические организации и причины их возникновения.	ОПК-1
74.	Геополитика, проблемы безопасного развития и СМИ. Информационная война на современном этапе.	ОК-1, ОПК-1; ПК-1
75.	Классическое определение войны. Современная трансформация войны. Неурегулированные региональные споры как угроза международной безопасности.	ОПК-1
76.	Стратегия развития информационного общества в РФ на 2017–2030 годы. Основные принципы и пути реализации. Роль СМИ.	ОПК-1
77.	История как идеология. Тематические информационные каналы, их проблематика и роль в информационном поле России. Каких каналов не хватает на современном ТВ?	ОК-1, ПК-1
78.	Новая эпоха журналистики: прощание с	ОПК-1

	мейнстримом и возрастание роли новых медиа, интернет-сообществ в политике	
79.	Укажите речевые ошибки, вызванные смешением паронимов. Исправьте ошибки.	ОПК-16; ОПК-17
80.	Проанализировать образ современного теле- и радиоведущего (по выбору).	ОПК-15; ПК-2
81.	В примерах, взятых из ученических сочинений, укажите нарушение лексической сочетаемости и попробуйте исправить эти стилистические ошибки.	ОПК-16 ОПК-17
82.	Привести пример индивидуального творческого стиля журналиста-аналитика.	ОПК-16; ОПК-17
83.	Осуществить стилистический анализ статьи из заданной газеты.	ОПК-16; ОПК-17
84.	Определить жанры журналистских материалов из заданной газеты.	ОПК-15, ПК-2
85.	В данных предложениях найдите случаи неправильного выбора формы числительного. Исправьте ошибки.	ОПК-16; ОПК-17
86.	Проанализировать статью по детской и (или) молодежной проблематике.	ОПК-15, ПК-2; ПК-3
87.	Определить жанрово-типологические особенности представленного журналистского текста	ОПК-15, ПК-2
88.	Определить структуру и эффективность заголовочного комплекса представленной публикации.	ОПК-2
89.	Выделить основные структурно-композиционные элементы предложенного журналистского текста.	ОПК-3, ОПК-14, ПК-4, ПК-5
90.	Определить жанрово-типологические особенности представленного художественно-публицистического текста	ОПК-15, ПК-2
91.	Отредактировать и вычитать предложенный журналистский текст	ОК-7; ОПК-13; ПК-3; ПК-7
92.	Представить вопросы аналитического интервью (проблематика – по выбору).	ОК-8, ОПК-15
93.	Укажите примеры с ошибкой в образовании форм имен числительных.	ОПК-16 ОПК-17
94.	Представить вопросы интервью для телеэфира (проблематика – по выбору)	ОПК-15
95.	Отредактировать предложенный текст и дать комментарий использованным приемам редакторской правки.	ОК-7; ОПК-13; ПК-3; ПК-7

Сформированность компетенции ОК-9 проверяется в процессе промежуточной аттестации по дисциплинам «Физическая культура и спорт», «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту».

Сформированность компетенции ОК-10 проверяется в процессе промежуточной аттестации по дисциплинам «Безопасность жизнедеятельности», «Экология».

5.3. Содержание примерных вопросов государственного экзамена по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика»

№ n/n	Вопрос экзамена	Краткое содержание рассматриваемых проблем в рамках данного вопроса
1.	Функции журналистики в современном обществе.	<p>Определение «повестки дня», постановка целей и задач деятельности СМИ в соответствии с потребностями аудитории. Понятие функции применительно к журналистике. Общая характеристика функций журналистики. Идеологические функции. Культуроформирующие, рекламно-справочные, рекреативные функции. Непосредственно-организаторские функции. Зависимость характера функционирования СМИ от понимания функций и их содержательного осмысления.</p>
2.	Факторы и тенденции развития современных медиасистем.	<p>Тенденции развития системы СМИ в условиях общественной трансформации. Процессы становления информационного общества и их воздействие на систему СМИ. Экономическое и политическое реформирование общества и тенденции структурной трансформации СМИ. Развитие современных информационных и коммуникационных технологий и перспективы преобразования системы СМИ.</p>
3.	Современные модели медиасистем. Российская медиасистема.	<p>Типология средств массовой информации. Типология как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ. Типоформирующие факторы СМИ. Влияние на структуру СМИ характера аудитории, предметно-тематических и функционально-целевых характеристик. Коммуникативные функции субъектов социальной деятельности как фактор структурирования СМИ. Идеализированные и аналоговые модели СМИ. Характер трансформации системы СМИ в условиях рынка. Влияние форм собственности на структуру СМИ. Иностраный капитал в российских СМИ. Инвестиционные и рекламные СМИ. Влияние платежеспособного спроса населения на структуру СМИ (подписка, розница, абонентная плата и др.). Процессы концентрации и монополизации в системе СМИ.</p>
4.	Кодексы профессиональной этики журналиста (отечественные и зарубежные).	<p>Этические правила и нормы как основа профессионального поведения журналиста. Базовые профессиональные этические принципы журналистики: свобода слова и массовой информации; достоверность используемых сведений; получение информации законными способами; общественная значимость информации; минимизация вреда источникам, персоналам; оптимизация блага для большинства</p>

		<p>аудитории.</p> <p>Применение базовых принципов в повседневной практике журналистов для разрешения этических затруднений.</p> <p>Требования к журналисту, работающему на предварительном этапе журналистской деятельности – этапе исследования действительности: соблюдение познавательных правил исследования, обеспечивающих объективность воспроизведения и понимания происходящего; плюрализм исследования, то есть ознакомление со всеми точками зрения относительно происходящего; непредвзятость самого журналиста в процессе исследования действительности.</p> <p>Особые нормы и правила, касающиеся профессий репортера, журналиста-интервьюера, журналиста-исследователя.</p> <p>Требования, предъявляемые к журналисту в процессе создания текста: учет при создании текста всех значимых событий, мнений, оценок, полученных при изучении действительности. Присутствие основных из этих моментов в тексте; обязательное включение в текст разных точек зрения на событие или проблему; нейтральность собственно журналистского текста при описании фактов, при приведении в материале мнений и оценок действующих лиц; стилистическая нейтральность оценочных суждений журналиста относительно событий и людей; доказательность мнения и оценок самого журналиста.</p> <p>Профессионально-нравственные вопросы взаимоотношений журналиста с обществом. Журналист и социальные институты общества. Журналист и источники информации. Журналист и читатель. Журналист и герои его произведений.</p>
5.	<p>Профессиональная и гражданская журналистика в современном медиапространстве. (Участие новых медиа в формировании повестки дня: параллельная реальность.)</p>	<p>Альтернативная «картинка»: чем отличается повестка дня сетевых СМИ от телевизионной; взаимное влияние; случаи установления повестки дня Интернетом.</p> <p>Политические практики в Интернете. Блоги и Youtube-каналы как вид политической коммуникации в сети.</p> <p>Наращивание масштабов сетевой политической активности. «Телевидение» в Интернете</p>
6.	<p>Процесс медиаконвергенции и российская журналистика.</p>	<p>Развитие электронных СМИ как ведущая тенденция медиасистемы. Особенности распространения в России цифрового телевидения. Сетевые СМИ. Видео, аудио, CD, мобильная телефония и СМИ.</p>
7.	<p>Журналистский текст: тема, идея, структура.</p>	<p>Выбор проблематики и темы произведений, верность действительности, понимание её противоречий. Позиция конкретного СМИ и личностный выбор. Вечный творческий спор с обстоятельствами и самим собой.</p>

		Преодоление инерции мышления, соблазна упростить творческую задачу, уйти от мешающих объективных сложностей. Полемизм как отражение диалогической остроты столкновения смыслов. Отражение противоречий вместо «спрямления» жизненных процессов; наглядная реконструкция обстоятельств и сценариев развития и др. Способность мыслить неоднородно как творческий дар; умение схватывать и обозначать не только существующие связи, но и переходы из одной противоположности в другую.
8.	Журналистика как профессиональная деятельность в системе социального воспроизводства	Журналистика как духовно-практическая профессия, ремесло, призвание. Социально-творческие основы журналистики. Журналистская деятельность, её сущность и слагаемые, ступени профессионализма. Профессия журналиста в зеркале модели мира. Профессиональные особенности личности журналиста. Ролевые основы прессы и профили журналистской деятельности.
9.	Миссия журналистики, её ролевой статус и главные функции	Журналистика и общество: эволюция отношений. Журналистика и общественное разделение труда. Место журналистской деятельности в духовно-практической отрасли системы социального воспроизводства. Мутации информационно-вещательной деятельности прессы в постиндустриальном обществе. Трансформация миссии журналистики, её статуса. Главные функции масс-медиа.
10.	Журналистское творчество, его отличительные признаки и специфика конечного продукта	Процесс и способ журналистского творчества: объективные и субъективные основы. Ориентация журналиста в социальной действительности. Стадии и формы масс-медийного познавательного процесса. Методы творческого процесса в журналистской деятельности. Журналистика и беллетристика: сходства и различия.
11.	Журналистика и публицистика: сущность, сходства и различия	Четыре трактовки термина «журналистика». Журналистика как система печати, радио, телевидения, он-лайн прессы. Рядоположенный характер журналистики и публицистики. Двойное толкование термина «публицистика». Публицистика как продукт журналистской деятельности. Публицистика в качестве сущностного наполнителя системы средств массовой информации.
12.	Методы сбора информации в прессе: опрос, наблюдение, анализ документов, эксперимент	Журналистская работа с источниками информации. Традиционные приёмы сбора и обработки фактуры. Создание информационного повода. Правовые и этические нормы работы с источниками информации в журналистике. Социологические методы получения информации в журналистике. Метод опроса в массмедиа, его разновидности. Метод наблюдения в журналистике, его модификации. Метод эксперимента в журналистской

		деятельности.
13.	Журналистская «картина мира»: методы и способы познавательной деятельности в прессе	Журналистское познание мира: статус, формы и методы отражения действительности. Объективно-субъективный характер журналистской деятельности. Общие и частные законы познания социума в журналистике. Мозаичность журналистских представлений об окружающем мире. Особенности публицистического знания: фрагментарность, предварительность, дискретность. Журналист в эпоху постмодерна.
14.	Информационная модель действительности, её структура и особенности отражения повседневности	Итоги познавательной стадии в журналистской работе. Специфика конечного продукта в журналистике. Избирательный характер журналистского подхода к действительности. Причинно-следственный акцент отражённого в прессе мира. Адекватность реальности и её «копии» в масс-медиа.
15.	Общественная «повестка дня»: журналистские механизмы её формирования	Реальная повседневность как объект журналистского отражения. Понятие общественной повестки дня в прессе. Создание журналистом информационного повода. Иерархия фактов, событий, явлений, тенденций действительности в масс-медиа. Привлечение прессой к публичному дискурсу общественного мнения.
16.	Опорные категории журналистики (факт, понятие, образ), их сущность и характеристика	Определение факта как «первичной клетки» (монады) социальной действительности. Технологические операции над фактом (суммой фактов) в журналистике. Содержательная трактовка понятия в журналистике. Смыслофакт как гибрид фактического и понятийного начал публицистики. Сущность и значение образа в публицистике, его отличие от художественного аналога.
17.	Эффективность (действенность) журналистского выступления, его задача и сверхзадача	Два плана эффективности (действенности) массмедиа: ближний и дальний. Характеристика задачи и сверхзадачи журналистского выступления. Актуальность и оперативность публицистического произведения. Авторская позиция в контексте общественного мнения. Конструктивность как элемент эффективного журналистского выступления.
18.	Журналистское произведение как медиапродукт, его семантика и стилистика	Журналистское произведение в массовых информационных потоках. Проблемно-тематическое своеобразие журналистского произведения (медиатекста). Текст, мегатекст и гипертекст в современной журналистике. Фактический, понятийный и образный ряды медиатекста. Семантика и стилистика журналистского произведения. Матрица качества медиатекста.
19.	Система журналистских жанров, их типология и	Типология журналистских произведений, критерии их классификации. Жанр как содержательно-формальная характеристика медиатекста. Определение и признаки

	назначение	жанра в журналистике. Жанровые различия фабулы, сюжета, композиции журналистского произведения. Общая (групповая) классификация жанров в журналистике.
20.	Свобода слова и ответственности в журналистской деятельности	Свобода слова как духовно-практический фактор демократического развития общества. Социальная, политическая, юридическая, нравственная, финансовая основы свободы слова в постиндустриальном обществе. Реализация принципа свободы слова в журналистике. Свобода слова и права журналиста. Понятие социальной ответственности прессы. Корреляция свободы слова принципом ответственности журналиста. Социальная ответственность и обязанности журналиста. Государственная тайна в пределах журналистики.
21.	Информационные потребности общества и интересы государства в масс-медиа	Масс-медиа и информационные потребности социума. Массовая аудитория: понятие и сущность. Основные разновидности массовой аудитории. Методы изучения массовой аудитории. Линии поведения СМИ по отношению к массовой аудитории. Масс-медиа и информационные интересы государства. Государственный (официальный) и общественный (социальный) заказ на информацию. Дисбаланс информации массового и элитарного назначения. Доктрина информационной безопасности России. Внешние и внутренние факторы медиаразвития социума. Правовые и этические регуляторы информационной сферы социума.
22.	Информационная политика государства: основы формирования и механизмы реализации	Роль и значение государства в информационном развитии общества. Информационная политика как инструмент социального управления. Сущность и значение информационной политики для общественного прогресса. Цели и задачи информационной политики в современном обществе. Экономические, организационные, кадровые инструменты медиауправления. Государственный патронаж прессы. Модусы информационной политики (по типу учредительства). Индикаторы информационного равенства (неравенства) населения страны (региона).
23.	Правовой статус средств массовой информации в обществе и государстве	Специфика правовых отношений в сфере массовой информации. Деятельность масс-медиа в юридическом измерении. Учреждение и регистрация СМИ, понятие учредителя. Редакция, журналист, издатель, распространитель, их взаимные права и обязанности. Договор между учредителем и редакцией, редакционный устав. Особенности трудовых отношений в журналистских коллективах. Контроль над деятельностью СМИ и обеспечение информационной безопасности. Судебные отношения в сфере массовой информации. Порядок прекращения деятельности

		средства массовой информации.
24.	Система прав субъекта журналистской деятельности и практика их применения	Содержание прав журналиста (по Закону РФ «О СМИ»). Законодательные основы деятельности журналиста. Юридические гарантии защиты журналиста и его безопасности. Свобода искать, получать, хранить и распространять информацию. Запрос на получение информации от учреждений и официальных лиц. Порядок отказа или отсрочки в предоставлении информации, их обжалования. Отношения с гражданами как потребителями информации и авторами обращений в СМИ. Нарушения массово-информационного права: воспрепятствование журналистской деятельности. Административная и уголовная ответственность за нарушения прав журналиста. Виды злоупотреблений свободой массовой информации и правами журналиста.
25.	Система обязанностей субъекта журналистской деятельности и практика их соблюдения	Содержание обязанностей журналиста (по Закону РФ «О СМИ»). Соблюдение Устава СМИ в процессе трудовых отношений. Недопущение конфликта интересов в СМИ. Проверка достоверности полученных сведений. Получение доступа к документам и материалам. Сохранение в тайне конфиденциальных источников информации. Порядок проведения аудио/видеозаписи беседы. Особенности получения сведений о личной жизни гражданина. Предупреждение руководства СМИ о возможном судебном иске. Виды несоблюдения журналистом профессиональных обязанностей. Этическая и юридическая ответственность за несоблюдение обязанностей журналиста.
26.	Международное гуманитарное право и масс-медиа: нормы и правила поведения журналиста в зоне вооружённого конфликта	Понятие, предмет регулирования и структура Международного гуманитарного права (МГП). Классификация основных документов МГП. Основные положения Женевских, Гаагских конвенций (ГК) и Дополнительных протоколов к ним. Эволюция вооружённых конфликтов в конце XX – начале XXI веков и оказание гуманитарной помощи их жертвам. Организационные аспекты Международного гуманитарного права в журналистской деятельности. Подготовка журналиста для командировки в зону вооружённого конфликта: экипировка, удостоверение, одежда, символика, опознавательные знаки. Порядок аккредитации журналиста в «горячей точке», доступ к источникам информации, перемещение в зоне вооружённого конфликта и поведение в ходе боевых действий. Журналист и оружие, использование бронезилетов и других индивидуальных средств защиты. МГП о защите журналистов в зонах вооружённых конфликтов.
27.	Новостные и	Новость как информационный жанр. Специфика

	аналитические критерии журналистского текста.	новостного текста в печатных СМИ. Аудитория, особенности подачи новости для разных аудиторий. Новостные жанры. Целевая аудитория. Наличная аудитория. Специфика аудитории массовой коммуникации. Информационный повод. Операционный повод. Сбор информации. Виды источников информации. Способы получения оперативной информации. Редактирование текста. Отработка навыков точной фиксации фактов, краткой формулировки текста, изложения мысли, отбора главного факта, внимания к «говорящим» деталям. Практика отбора и отсеивания фактов и деталей. Поиск «говорящего» обстоятельства и типичного факта.
28.	Композиция и структурные элементы новостного материала.	Новость как информационный жанр. Специфика новостного текста в печатных СМИ. Аудитория, особенности подачи новости для разных аудиторий. Новостные жанры. Заголовок. Значение заголовка. Виды заголовков. Расширенный заголовок. Лид. Смысловая структура текста. Композиция. Особое значение захода. Смысловая концентрация текста. Подчинение одной теме и мысли. Работа над стилем. Стилиевые особенности различных новостных жанров. Инфографика, фотоиллюстрация как дополнение и усиление текстовой информации. Искусство подписи под иллюстрацией. Методика подбора иллюстративного материала. Роль подбора шрифта. Важность авторской фотографии.
29.	Этические принципы взаимоотношений журналиста с источниками информации, героями публикаций и аудиторией СМИ.	Понятие социальной (гражданской) ответственности в журналистике, его смысл, содержание и место в работе журналиста. Различные трактовки понятия «социальная ответственность». Отношение к государству, обществу, нации, группе, личности. Социальная ответственность как ключевое понятие идеологии журналистики и основанного на ней профессионального поведения журналистов. Патерналистская, классовая, либеральная и другие трактовки понятия. Социальное партнерство как форма реализации социальной ответственности. Нормы, регулирующие отношения журналиста с адресатом информации (аудиторией). Нормы, регулирующие отношения журналиста с источниками информации. Нормы, регулирующие отношения журналиста с действующими лицами публикаций.
30.	Журналистское интервью: этапы работы, профессионально-этические аспекты.	Три фазы интервью. Планирование и подготовка. Работа с первичными и вторичными источниками. Поиск информации в Интернете. Формирование вопросника. Вопросы для ознакомления. Драматургия интервью. Разминка и ее законы. Как использовать средства записи (блокнот, аудио- и видеозапись). Невербальные формы общения. Способы передачи информации: для печати, без ссылки на источник, для фона, не для печати. «Договор»

		журналиста и его источника. Завершение интервью. Сроки хранения записи. Нормы, регулирующие отношения журналиста с источниками информации.
31.	Газетно-журнальная продукция в структуре медиасистемы России.	Газета как тип издания. Еженедельник и ежедневная газета: общее и особенное. Основные тенденции развития современной газетной периодики. Общеполитические и специализированные газеты. Журнал как тип издания. Типологическая структура журналов в условиях становления информационного общества. Деловая и корпоративная периодика.
32.	Структура и жанровое своеобразие современного российского радиовещания: основные характеристики.	Системные качества радиовещания. Радиовещание в структуре СМИ. Трансформация системы государственного радиовещания. Развитие сети коммерческих радиостанций. Дифференциация по характеру аудитории, функциональным характеристикам, тематической специализации.
33.	Специфика информационного телевидения и функции телевидения в современном обществе.	Системные качества телевидения. Дифференциация телевидения по характеру аудитории: общероссийское, региональное, местное. Предметно-тематическая дифференциация: универсальные и специализированные. По целевому назначению: информационное, аналитические (расследовательское), развлекательное и др. По способу трансляции: эфирное, спутниковое, кабельное, кассетное. По формам собственности и способам финансирования.
34.	Интернет-СМИ России: основные характеристики.	СМИ среди видов социальной коммуникации в Интернете. Интернет-СМИ как часть медиасистемы. Типы интернет-СМИ: дифференциация по тематике, целевому назначению, характеру аудитории. «Старые» СМИ в новой медийной среде. Конвергенция и Интернет-СМИ. Принципы работы конвергентной редакции. Особенности контента интернет-СМИ. Гражданские медиа.
35.	Особенности мультимедийного контента: жанры и формы.	Особенности восприятия информации в Интернете. Особенности восприятия текста через монитор. Основные информационные блоки новостных сайтов. Работа с заголовками. Работа с заголовками. Изменение принципов создания заголовков. Отличительные особенности заголовков интернет-изданий от бумажных СМИ. Влияние на заголовки запросов в поисковиках. Учимся создавать “правильные” заголовки. Гипертекст в интернет-журналистике. Понятие о гипертексте, что он дает текстам. Гиперссылки, их виды и принципы работы с ними. Оформление материалов на сайте. Основные информационные блоки новостных сайтов. Основные требования к верстке: расположению фотографий, оформлению текста, заголовка, используемым шрифтам, наличию дополнительных элементов.
36.	Работа конвергентной	Гипертекстуальность. Особенность гипертекста: создание

	редакции	<p>систем связи между отдельными документами с помощью встроенных в текст гиперссылок. Мультимедийность. Потенциал мультимедийности. Сочетание разных знаковых систем – текста, звука, изображения.</p> <p>Интерактивность. Четыре основные конфигурации интерактивности: 1. От одного – к одному (например, возможность пользователю написать по электронной почте письмо журналисту или редактору); 2. От одного – к многим (например, журналист/редактор/модератор рассылает электронное письмо, используя лист рассылки); 3. От многих – к одному (например, когда пользователи имеют возможность задать вопрос конкретной персоне: «задай вопрос президенту/депутату/писателю и т.п.», интервью); 4. От многих ко многим (например, участие в форуме).</p> <p>Специфика работы с лентами новостей. Источники информации. Откуда брать новости. Требования к объемам новостных материалов. Требования к заголовкам новостей в интернете.</p>
37.	Социальные сети и их место в современных медиакоммуникациях.	<p>Понятие о социальных сетях и блогах, работе по social media optimization. Создание групп в ведущих социальных сетях, создание микро-блога в Twitter, блога в LiveJournal. Как привлекать в группу участников, как раскручивать блог. Специфика подачи информации в блогосфере и социальных сетях. Оптимизация блога/ группы под поисковые запросы. Анализ аудитории. Типы интернет-аудитории.</p>
38.	Информационные агентства и другие структуры информационного обслуживания СМИ	<p>Типы информационных агентств и специфика их продукции. Универсальные и специализированные общероссийские агентства. Региональные агентства и характер их развития.</p> <p>Рекламные агентства, агентства по связям с общественностью, пресс-службы и пресс-центры в массовом информационном процессе.</p>
39.	Бюджет редакции печатного периодического издания	<p>«Бюджет и баланс печатного периодического издания, его структура. Расходная часть бюджета. Общередакционные расходы. Фонд оплаты труда. Системы оплаты труда журналистов. Издательские расходы. Литературный гонорар. Производственные расходы. Стоимость бумаги, типографских работ, распространения. Налоги. Доходная часть бюджета. Выручка от реализации тиража. Тиражная политика редакции. Оптимальный тираж издания. Доходы от публикации рекламы. Публикация частных объявлений. Издательская деятельность редакции. Выпуск приложений. Издание книжной литературы. Совместные издания. Коммерческая деятельность редакции. Аренда полос номера.</p>
40.	Экономические основы труда журналиста	<p>Журналист в редакционном коллективе. Мотивация его труда. Повышение профессиональных требований к журналистам. Сочетание универсальности со специализацией. Новые типы журналистской специализации. Требования новой техники. Интенсификация</p>

		<p>труда журналиста. Повышение его ответственности.</p> <p>Экономические методы управления трудом журналиста. Творческое соревнование и конкуренция в редакции. Характер трудовых отношений между руководителями редакции и ее сотрудниками. Проблемы социальной защиты журналиста в рыночных условиях.</p>
41.	Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства	<p>Бюджет телерадиокомпании — государственной и негосударственной, производящей и вещательной. Расходная часть бюджета. Доходная часть, основные источники доходов. Рекламная и ценовая политика компании. Особенности бюджета общенациональной и региональной компании.</p> <p>Бюджет информационного агентства – государственного и негосударственного, коммерческого, общенационального и регионального. Расходная часть бюджета. Доходная часть, основные источники доходов.</p>
42.	Тенденции функционирования книгоиздания в условиях общественной трансформации	<p>Роль книги в структуре современных коммуникаций. Трансформация книгоиздания в процессе развития рыночных отношений. Плюрализм форм собственности в современном издательском деле. Влияние новых информационных технологий на современный издательский процесс. Роль электронной книги в книгоиздании. Основные тенденции выпуска книжной продукции по тематическим разделам и целевому назначению.</p>
43.	Массовая аудитория: базовые характеристики, тенденции в поведении и отношении к печатным и электронным СМИ	<p>Влияние аудитории на систему СМИ. Особенности различных аудиторных групп, их потребностей как фактор формирования системы СМИ. Предметно-тематическая универсализация и специализация СМИ. Основные типы универсальных по тематике изданий и телерадиопрограмм. Структура специализированных по тематике СМИ. Особенности состава аудитории интернет-СМИ. Фактор определения социального адреса издания, его аудиторных характеристик. Четкое определение адресной ниши интернет-издания. Критерии оценки аудитории. Средства оценки аудитории: счетчики и рейтинги.</p>
44.	Методы социологических исследований СМИ.	<p>Журналистская работа с источниками информации. Традиционные приёмы сбора и обработки фактуры. Создание информационного повода. Правовые и этические нормы работы с источниками информации в журналистике. Социологические методы получения информации в журналистике. Метод опроса в массмедиа, его разновидности. Метод наблюдения в журналистике, его модификации. Метод эксперимента в журналистской деятельности.</p>
45.	Социальные функции и эффекты	<p>Информация – массовая и немассовая. Общение. Коммуникация. Виды коммуникации. Межличностная</p>

	деятельности СМИ.	коммуникация. Массовая коммуникация. Условия массовой коммуникации. Свобода слова. Социальный заказ. Источник - «привратник» в потоке информации. Пропаганда – информирование – агитация. Правда всегда себя оправдывает. Роль социальной группы в потреблении и усвоении массовой информации. Двуступенчатый поток информации. Цикл «восприятие сообщения – реакция». Стадии процесса получения информации: восприятия/внимание, интерес, мотив, оценка, интериоризация, осознание, запоминание/память. Лидеры мнения. От личного сознания к массовому. Установка и стереотип. Социально-психологический стереотип – главный фактор формирования общественного сознания с помощью информационной политики.
46.	Сущность и функции связей с общественностью. Работа пресс-служб.	PR как маркетинговые инструменты: позиционирования и сегментирования. PR как составляющие интегрированной маркетинговой коммуникации. PR-материалы как служебные текстовые формы и как тексты для массовой аудитории. PR-тексты: пресс-релиз, паблисити, байлайнер, деловое письмо, отчет, бренд-стори и др. Использование рекламных и PR-текстов в СМИ. Формы работы современной пресс-службы со СМИ. Информационный повод. Организация и проведение пресс-конференций, брифингов, встреч журналистов с представителями организации. Пресс-тур, превью, фото- и видеосессия. Организация интервью руководителя. Медиапланирование. Составление медиалиста и медиакарты. Мониторинг СМИ. Аналитическая работа по сообщениям и публикациям в СМИ. Аккредитация журналистов. Информационные технологии в деятельности службы по связям с общественностью. Принципы и оценка эффективности деятельности пресс-службы.
47.	Виды рекламы, основания ее классификации. Реклама в СМИ.	Классификации рекламы. 1. В зависимости от объекта рекламирования. 2. По характеру воздействия. 3. По типам рекламодателя и целевой аудитории. 4. В зависимости от размеров территории охвата рекламы. 5. В зависимости от жизненного цикла товара. 6. По способу воздействия на органы чувств. 7. В зависимости от рекламоносителя. Реклама от имени производителей, розничных и оптовых торговцев, от имени частных лиц. Социальная реклама – от имени правительства, общественных институтов и групп. Реклама в СМИ (телевизионная, радиореклама, реклама в прессе, интернет-реклама).
48.	Возникновение и развитие русской журналистики в XVIII веке. «Ведомости».	Первая русская газета «Ведомости», ее содержание и отличие от первых газет в Европе. Формирование системы печати в XVIII в. Роль правительства в развитии прессы. Участие М.В. Ломоносова, Н.И. Новикова, А.Н.

	Сатирические журналы.	Радищева. Идеи борьбы передовой печати с крепостничеством и самодержавием. Появление частной журналистики. Сатирическая печать XVIII в. Основной тип журнала. Журнал и газета.
49.	Система печати России в первой четверти XIX века. Журналистика в период Отечественной войны 1812 г. Журналистика декабристов.	Система печати в начале XIX века в России. «Вестник Европы» Н.М. Карамзина. Журналистика в период войны 1812 года. Журналистика декабристов («Полярная звезда» и др.). Становление института цензуры. Журналистская деятельность Пушкина. «Литературная газета», журнал «Современник». Литературно-общественная борьба в журналистике 1820-30-х гг. «Северная пчела», «Библиотека для чтения», «Московский телеграф», «Телескоп». Энциклопедизм. «Торговое» направление в СМИ.
50.	Русская журналистика в период подготовки и проведения реформ 1860-х годов и в пореформенный период. Вольная русская пресса за рубежом. Основные издания и авторы.	Система печати в конце 1850-х гг. и в период реформ 1860-х гг. Основные тенденции развития. Poleмика вокруг крестьянской реформы. Особенности русского утопического социализма. Журнал «Современник» 1860-х гг. Н.А. Некрасов, Н.Г. Чернышевский, Н.А. Добролюбов и принципы журнализма революционной демократии. Критика русского и международного либерализма. Литературные позиции «Современника». Журнал «Русское слово». Публицистика Д.И. Писарева. Писарев-полемист. Pamфлет «Пчелы», брошюра против Шедо-Ферроти как выражение антимонархических взглядов Писарева. Propаганда естественных наук, защита русского нигилизма, «реалиста». Журнал «Русский вестник» М.Н. Каткова. Эволюция от либерализма к консерватизму. Poleмика с демократами. Борьба с «нигилизмом». Защита международных интересов России. Журнал «Время» братьев Достоевских. Сатирическая журналистика 1860-х гг. Тип сатирического журнала с карикатурами «Весельчак» и др. «Искра» – журнал революционно-демократической сатиры. Пореформенная печать. Положение русской журналистики в конце 1860-х гг. Monархическая, либерально-буржуазная и демократическая печать. Бесцензурная и нелегальная печать революционных народников («Народное дело», «Вперед! », «Земля и воля», «Народная воля» и др.). «Отечественные записки» Некрасова и Салтыкова-Щедрина. Журнал «Дело». Газета «Неделя» в конце 1860-х-начале 1870-х гг. Журналы «Вестник Европы», «Русская мысль». Рост частной газетной печати. «Русские ведомости», «Новое время», «Московские ведомости» и др. Вольная русская пресса за рубежом. «Полярная звезда» и «Колокол». Революционная публицистика Герцена и Огарева в «Колоколе», общинная и либеральные идеи Герцена.
51.	Формирование системы партийно-	Декреты о печати, государственной монополии на объявления, о революционном трибунале печати.

	советских СМИ в конце 1920-х и 30-е гг.: структура, функции и методы управления.	<p>Заккрытие буржуазных, эсеровских, меньшевистских и других оппозиционных изданий. Начало формирования однопартийной советской прессы.</p> <p>Журналистика в условиях тоталитарного государства. Процесс дальнейшего подчинения печати партийному влиянию, хозяйственным задачам государства. Развитие радиовещания, его структуры. Первые телевизионные передачи. Отражение в СМИ первых пятилеток, массового соревнования, коллективизации. Негативные тенденции при их освещении. Вопросы культурного и духовного развития общества. Новые формы массовой работы. Печать в условиях усиления репрессий сталинского режима. Вопросы внешней политики в период подготовки и начавшейся Второй мировой войны. Журналистика русского зарубежья. Публицистика М. Булгакова, Н. Бухарина, М. Горького, М. Кольцова, Е. Кусковой, И. Ильфа и Е. Петрова.</p>
52.	Перестройка системы советских СМИ и ее задачи в период Великой Отечественной войны.	<p>Перестройка системы советских СМИ в условиях военного времени. Создание Совинформбюро.</p> <p>Положение о работе на фронте военных корреспондентов. Система военной периодики. Подпольная и партизанская печать. Русская патриотическая зарубежная пресса.</p> <p>Отражение в печати и радиопередачах основных этапов войны, проблем международной жизни. Тема единства фронта и тыла, стойкости и мужества. Формы работы печати и радио.</p> <p>Публицистика О. Берггольц, Б. Горбатова, В. Гроссмана, К. Симонова, А. Толстого, М. Шолохова, И. Эренбурга.</p>
53.	Развитие послевоенной системы СМИ как единого информационно-пропагандистского комплекса: задачи и основные тенденции.	<p>Восстановление довоенного объема периодических изданий, возобновление молодежной печати.</p> <p>Перестройка низовой прессы. Развитие радиовещания и телевидения. Усиление идеологизации СМИ: создание газеты «Культура и жизнь», новых партийных журналов. Пропаганда произведений классиков марксизма-ленинизма, деятелей партии и государства. Усиление борьбы с инакомыслием: постановления о журналах «Звезда» и «Ленинград», «Знамя» и др., деятельность цензуры.</p> <p>Роль СМИ в восстановлении и дальнейшем развитии народного хозяйства. Проблемы международной жизни в условиях нарастающей «холодной войны».</p> <p>Журналистика русского зарубежья.</p> <p>Публицисты послевоенного периода: В. Овечкин, А. Колосов, Е. Рябчиков, А. Калинин.</p>
54.	Развитие системы советских СМИ в 1956—1985 гг.	<p>XX съезд КПСС, разоблачение культа личности Сталина, начало демократизации советского общества. Развитие радиовещания и телевидения, их место в системе СМИ, укрепление взаимодействия с прессой, участие в совместных политических кампаниях. Создание</p>

		<p>общественно-информационного агентства «Новости». Новые издательства «Современник», «Планета», «Прогресс», «Советских художник», «Изобразительное искусство». Создание Союза журналистов СССР. Основная проблематика СМИ. Усиление волонтаристских тенденций в управлении экономикой. Негативная роль СМИ в безмерном восхвалении успехов развитого социализма, в отрыве от реальной действительности. Новые формы массовой работы, участие СМИ в проведении политических компаний. Телевизионные сериалы «Летопись полувека», «Год за годом», «Наша биография».</p> <p>Журналистика русского зарубежья: издания «Грани», «Посев», «Континент», «Новое русское слово».</p> <p>Газетно-журнальная, теле- и радиопублицистика: А. Аграновский, Г. Бочаров, В. Песков, Г. Радов, А. Стреляный, Ю. Черниченко.</p>
55.	Отечественная журналистика в период перестройки	<p>Журналистика периода социально-политического реформирования общества и гласности. Отмена цензуры. Создание нового института учредителей. Система газетно-журнальной периодики. Пресса неформальных организаций. Возникновение новых партий и политических движений, их издательская деятельность. Первая независимая радиостанция «Эхо Москвы». Возникновение Российского телевидения. Новые негосударственные газеты и журналы.</p> <p>Роль СМИ в освещении «белых пятен» отечественной истории, в экономическом развитии и в духовной перестройке общества. Формы массовой работы: дискуссионные клубы, «горячие линии», «прямой эфир», «телемосты» и др.</p> <p>Публицистика Ч. Айтматова, В. Белова, И. Васильева, С. Залыгина, В. Распутина.</p>
56.	Назовите основных представителей публицистики Английской революции 17 века и определите их вклад в развитие мировой публицистики	<p>Джон Мильтон (1608-1674), Джон Лильберн (1614-1657), Джерард Уинстенли(1609-1653). Идеи Джона Мильтона легли в основу английской концепции свободы печати, разработанной в Билле о правах 1689 года. Эта концепция также называется мильтоновской. Его известные памфлеты- «Ареопагитика», в котором Мильтон дал исторический обзор стеснений печати и подвел читателей к выводу ,что все эти стеснения порождены инквизицией. Мильтон был сторонником индипендентов, выступал как активный поборник суверенитета английской республики и противник реакции и монархии. Джон Лильберн был идеологом и руководителем левеллеров,выступал за республику,против ликвидации частной собственности. Его основные памфлеты-«Новые цепи Англии»и «Вторая часть «Новых цепей Англии», Джерард Уинстенли был социалистом –утопистом, идеологом диггеров –самого левого движения. Он в своей публицистике приближался</p>

		к идеалам и идеям нового общества, в котором все равны. Представления Уинстенли об этом обществе были облечены в религиозные формы.Его самые известные памфлеты-«Знамя, поднятое истинными левеллерами», «Декларация бедного угнетенного люда Англии».
57.	Назовите основных представителей Английской журналистики и публицистики начала 18 века и расскажите об их творчестве	Даниель Дефо (1660-1731),Джонатан Свифт(1667-1745),Ричард Стил(1672-1729),Джозеф Аддисон(1672-1719).Современники знали Дефо как автора многочисленных памфлетов на злобу дня (например, «Гимн позорному столбу»). Дефо, выступивший на арену политической журналистики честным борцом за правду, впоследствии неоднократно продавал свое перо партии, которая была у власти. Один из самых страстных оппонентов Дефо был Джонатан Свифт. Тематика его памфлетов широка и злободневна .Его самые известные памфлеты: «Сказка бочки»(1704), «Письма суконщика»(1724), «Скромное предложение» (1729), роман «Путешествие Гулливера »(1726). Ричард Стил написал один из самых знаменитых очерков ,который был опубликован в журнале «Англичанин» «История Александра Селькирка», который лег в основу знаменитого романа Дефо « Робинзон Крузо»,Аддисон и Стил издавали известные в то время журналы: «Болтун», «Зритель», «Англичанин».
58.	Назовите основных представителей публицистики США конца 18 века и расскажите об их творчестве	Томас Пейн (1737-1809) - яркий представитель публицистики США 19 века .его основные памфлеты-«Здравый смысл»-памфлет был написан в годы войны за независимость и зачитывался солдатам для поднятия боевого духа. «Век разума»-один из наиболее противоречивых памфлетов Пейна, в котором автор касался вопросов религии и морали. Александр Гамильтон(1755-1804),был одним из самых оригинальным мыслителем своей эпохи, в соавторстве с Джеймсом Мэдисоном (1751-1836) создал цикл статей под общим названием «Федералист». Д. Мэдисон был государственным секретарем США, четвертым по счету президентом.
59.	Французский закон о печати	Был разработан при участии видного политического и общественного деятеля Франции Эмиля де Жирардена 29 июля 1881 года, является одним из самых совершеннейших законов о печати в мире и до сих пор является действующим во Франции.
60.	Особенности развития средств информации в XX в. Зарождение и развитие новых каналов информации. Кино. Радиовещание.	Становление документального кино. Создание радиовещания. Первая мировая война, революция в России и журналистика. Развитие государственных служб военной пропаганды. Развитие партийной печати и ее место в системе средств массовой информации. Научные исследования в области журналистики. Развитие

	Телевидение	публицистических и информационных жанров. Репортаж. Мировой экономический кризис 1929 года и журналистика. Становление службы радионовостей. Развитие радиовещания как средства массовой информации и пропаганды. Зарождение телевизионного вещания. Реклама в средствах массовой информации. Развитие системы «паблик рилейшнз».
61.	Особенности развития зарубежных средств массовой информации на рубеже XX и XXI вв.	Окончание «холодной войны», распад Советского Союза, демократические преобразования в Центральной и Восточной Европе и СМИ. Новые информационные технологии и журналистика. Банки данных и компьютеризация. Проблемы обратной связи. СМИ и информационное общество. Новые тенденции развития, проблемы. Глобализация СМИ. Интернет и СМИ. Медийный дуализм. СМИ и мобильная телефония.
62.	Психологическая и информационная войны в публичной сфере: общее и особенное (по содержанию и форме)	Психологическая война как система разнообразных средств и действий (с использованием возможностей медиаотрасли) в целях оказания психологического давления на противника. Информационная война как изобретение «кибернетической революции». Цели информационной войны, формы и инструменты массового медиа-воздействия. Составные части информационной войны (психологические операции; приёмы дезинформации; радиоэлектронная война; физическое разрушение элементов информационных систем противника; информационная атака; защита своей информации). Два вида информационных атак: косвенная и прямая. Информационная война как составная часть психологической войны.
63.	Отечественная журналистика рубежа XX — начале XXI вв.	Закон РФ "О средствах массовой информации", структурные и идеологические его проявления в деятельности СМИ. Правительственные органы печати: "Российская газета", "Россия", "Российские вести". Оппозиционные газеты "Правда", "Советская Россия", "Правда России". Первые, приближающиеся по мировым стандартам к качественным изданиям, газеты: "Известия", "Аргументы и факты", "Коммерсантъ-Дейли". Деловая пресса: "Экономическая жизнь", "Деловой мир" (Москва), "Российская экономическая газета" (Санкт-Петербург), массовые специализированные издания: "Финансовая газета", "Биржевые ведомости" и др. Журнальная периодика. Общественно-политические издания: "Международная жизнь", "Свободная жизнь" (бывший "Коммунист"), "Диалог", "Пульс" (бывшая "Комсомольская жизнь"). Научно-образовательные, профессиональные, журналы для семейного чтения, журналы частных учредителей. Женская газетно-журнальная периодика: "Крестьянка", "Работница", "Сударушка и др. Детская печать: "Детская деловая газета", "Глагол".

		<p>Религиозные издания.</p> <p>Перемещение в Россию некоторых, ранее запрещенных издания русского зарубежья - журналы "Посев", "Грани", "Континент".</p> <p>Система телевидения. Первые негосударственные телевизионные структуры - телеканал 2x2.</p> <p>Информационно-тематическое вещание.</p> <p>Региональные (республиканские и областные) телеорганизации. Государственное и негосударственное ("независимое") радиовещание.</p> <p>Радиовещание на зарубежные страны - радиостанция "Голос России" Информационные агентства: ИТАР-ТАСС, РИА, "Интерфакс", "Постфактум".</p> <p>Быстрый рост численности региональных изданий, их роль в укреплении экономических связей между регионами.</p> <p>Основная проблематика, формы и методы массовой работы российских СМИ.</p> <p>Пресса России в Интернете.</p> <p>Публицистика И.Васильева, А.Зиновьева, В.Максимова.</p>
64.	Развитие новых направлений и понятий в мировой современной журналистике	<p>Основные понятия и направления современной прессы.</p> <p>Дигитализация – оцифровка, перевод всех форм средств массовой информации (текстовой, графической, звуковой) в цифровой формат. Конвергенция-процесс интеграции, сближения различных технологий, их объединение в единую технологическую платформу.</p> <p>Мультимедиазация-предложение потребителю одного и того же информационного продукта через максимально возможное количество каналов и на максимально возможном количестве носителей информации.</p>
65.	Интерактивность как важная особенность современной журналистики в Европе и США	<p>Современная журналистика как интерактивная платформа для новых мультимедийных форм. Интернет-СМИ и современное телевидение - поиск новых интерактивных возможностей.</p>
66.	Как соотносятся с программной политикой СМИ, в частности, российского ТВ, насущные проблемы мира и современной российской цивилизации, главные ценности общества, которые выделяют эксперты и соцопросы?	<p>Главная проблема мира: растущие технологические и промышленные возможности, направленные не на благо планеты, а на противостояние, на эксплуатацию и безудержное расходование ресурсов планеты. В России главная проблема – социальное неравенство: Исследовательское подразделение швейцарского банка Credit Suisse — Credit Suisse Research Institute — опубликовало ежегодный отчет о динамике уровня благосостояния во всем мире и неравномерном распределении богатства. Говоря о России, исследователи отметили, что львиная доля благосостояния — 89% — находится в руках очень узкой прослойки населения: 10% самых богатых людей страны. Это существенно выше, чем в США или Китае, где 10% самых богатых людей владеют 78% и 73% всего благосостояния соответственно.</p> <p>Какие проблемы волнуют россиян? Анализ вопросов и</p>

		<p>обращений граждан на очередной Прямой линии с президентом России Владимиром Путиным 15 июня 2017 г. показал, что россиян волнуют больше всего проблемы ветхого жилья, непосильной платы за ЖКХ, плохих дорог, маленьких детских пособий и пенсий, т. е. неразрешимые социальные проблемы, а уж во вторую очередь — те навязанные проблемы, которые ежедневно предлагают аналитические ток-шоу федеральных каналов. По данным «Левады-центра», лишь 4% респондентов хотели бы задать Владимиру Путину вопрос о международной политике РФ. Тот, кто следит за контентом ТВ-программ, за аналитическими ток-шоу, в частности, знает, что международной проблематике – Украине, Сирии, НАТО и т.д. - посвящено не 4%, а львиная доля эфирного времени.</p>
67.	<p>Основные характеристики делового общения. Коммуникативный кодекс Г.П. Грейса и Дж.Н. Лича</p>	<p>Понятие «деловое общение», его основные характеристики. Вертикальные и горизонтальные связи в деловом общении. Субординационные и партнерские отношения. Поиск оптимального варианта деловых взаимоотношений. Необходимые качества руководителя в деловом общении: коммуникабельность, контактность, вежливость, корректная форма отдачи распоряжений, спокойная рабочая обстановка, умение убеждать. Соблюдение ролевого амплуа как стабилизатор рабочего процесса. Строгое отношение к использованию участниками делового общения речевых средств. Необходимость знания особенностей профессионального языка.</p> <p>Этапы различных форм делового общения: установление контакта, ориентация в ситуации, обсуждение вопросов, принятие решения, достижение цели, выход из контакта.</p> <p>Типичные искажения представлений о другом человеке: эффект первого впечатления, эффект ореола, эффект стереотипизации.</p> <p>Правила речевого поведения. Коррекция правил речевого поведения в зависимости от видов делового общения и конкретных ситуаций.</p> <p>Основы коммуникативного кодекса.</p> <p>Принцип кооперации Грейса: категории Количества, Качества, Отношения и Способа.</p> <p>Принцип вежливости Лича. Максимы: такта, великодушия, одобрения, скромности, согласия, симпатии.</p> <p>Критерии коммуникативного кодекса.</p>
68.	<p>Нравственные установки участников социокультурной коммуникации</p>	<p>Влияние нравственных установок личности на характер и эффективность общения. Мораль общечеловеческая и профессиональная. Профессиональная этика журналиста. Экстернальный и интернальный локус контроля: их проявление в процессе социокультурной коммуникации. Моральный плюрализм и индивидуальная система</p>

		<p>ценностей. Этика ненасилия, ее основные принципы.</p> <p>Профессиональные качества. Понятия: факт; внимание к факту; нестандартное мышление; ассоциативная память; коллегиальность; обязательность и настойчивость; терпимость и выдержка; коммуникативная компетентность; интерес к жизни и людям; обратная связь; артистизм; оптимизм; отсутствие тревожности, агрессивности, предвзятости; коммуникабельность.</p>
69.	Деловая беседа как вид делового общения	<p>Понятие коммуникации, виды общения, сущностные различия общения как такового, делового общения. Беседа, ее определение. Бытовая и деловая беседа. Деловая беседа как форма обмена деловой информацией. Виды деловых бесед, их особенности и порядок ведения. Кадровая беседа: при приеме на работу, при увольнении с работы (по решению работника, по решению руководства), перемена должностного положения работника. Дисциплинарная беседа. Проблемная беседа. Беседа с посетителями.</p> <p>Подготовка к беседе.</p> <p>Ошибки, допускаемые участниками в ходе беседы.</p>
70.	Переговоры как вид делового общения. Особенности деловой культуры ведения переговоров на примере одной из стран (Япония, США, др. страны)	<p>Понятие коммуникации, виды общения, сущностные различия общения как такового, делового общения и переговоров (характер общения, конкретность и прагматизм, нацеленность и степень формальности, соглашение как результат). Переговоры как процесс удовлетворения взаимных интересов сторон и необходимый инструмент организации дальнейшего успешного сотрудничества и достижения успеха. Организационная подготовка переговоров. Рассмотрение достоинств ситуаций, когда переговоры ведутся одним участником или командой. Решение вопроса о месте проведения переговоров: на территории оппонента, на вашей площади, на нейтральной территории.</p> <p>Подготовительный этап переговоров. Сбор информации по теме переговоров, о людях, с которыми предстоит вести диалог. Источники получения необходимой информации.</p> <p>Основные структурные элементы переговоров.</p> <p>Три типа совместных решений.</p>
71.	Сфера культуры и журналистика. Культура работы самого журналиста. Полемика и скандалы в СМИ. Понятие культурного генотипа	<p>В ответе на данный вопрос теме рассматриваются общие принципы деятельности СМИ в сфере культуры, взаимоотношение и взаимодействие культуры и политики; борьба за умы, идеалы, ценностные установки в современных СМИ; охранительная и новационная природа культуры, конфликты и взаимодействие культуры и субкультур, концепции гибели культуры в новых исторических условиях; понятие культурного генотипа, формирование и разрушение его с помощью СМИ – искажения, ложь, мнимая сенсационность,</p>

		<p>скандалы и провокации.</p> <p>Русская словесность – литература и журналистика живёт идеями, смыслами, святыми понятиями, а государство, получается — нет, что и закреплено в Конституции РФ, запрещающей в 13-й статье всякую господствующую идеологию, но сама жизнь, международная обстановка заставляет глянуть иначе: она должна быть у России, и выбор — неизбежен! Президент Владимир Путин во время торжественного приема в Большом Кремлевском дворце в честь Дня народного единства 4 ноября 2017 года сказал: «Бережное отношение к Родине, забота о ней, верность искренней дружбе и неприятие какого-либо давления извне — это несущие конструкции российской государственности, наш генетический и культурный код». По его словам, День народного единства «знаменует великую правоту — любить свое Отечество, гордиться им и почитать его». Все ли СМИ отражают и формируют подобный культурный генотип русского человека?</p>
72.	<p>Журналистика как социальный институт и отражение картины мира и России.</p> <p>Информационная перенасыщенность.</p> <p>Условия выживания и успешного функционирования СМИ в новых условиях.</p>	<p>В любом государстве действуют социальные институты как устойчивые формы организации и регулирования общественной жизни. Конечно, они находят своё отражение в СМИ, но журналистика и сама является уникальным социальным институтом, который призван информировать и вписывать людей в социум, просвещать их и воспитывать, наконец, развлекать и скрашивать досуг. Современный человек (особенно это касается городских жителей), как правило, перенасыщен информацией. Бешеная скорость развития технологий и технизация общества, постоянное увеличение объема знаний и в связи с этим рост потока информации, получаемого нами изо дня в день, приводят к тому, что постепенно люди теряют способность концентрироваться, ориентироваться в этом потоке, воспринимать сложные книги, явления культуры и в целом – нужную, важную информацию. На каждого человека Земли приходится уже пять мультимедийных устройств. При этом новой информации не так уж и много. И это понятно: средств массовой информации бесчисленное количество, а эксклюзивной информации — капля в море. Например, только в Российской Федерации по состоянию на 5 января 2017 г. зарегистрировано 80 602 СМИ. На практике получается, что те СМИ, которые обладают большим авторитетом и популярностью, большими возможностями и связями, солидным бюджетом, наконец, те, кто имеет целевую аудиторию и внятную редакционную политику, выживает среди расширяющегося информационного пространства. Но это не значит, что выжившие в условиях стихийного рынка СМИ дают полный социальный срез и не искажённую картину мира и России.</p>

73.	Терроризм и организованная и проблема свободы информации в условиях борьбы с терроризмом. Что из себя представляет запрещённое государство ИГИЛ? Что из себя представляют Талибан и Аль-Каида? Что из себя представляют по версии СМИ другие террористические организации и причины их возникновения?	Терроризм – бич человечества и страшное оружие в глобальном противостоянии, которое часто выходит из-под контроля тех, кто его использует. Так были созданы Талибан и Аль-Каида в Афганистане для борьбы с СССР, так война в Ираке и оккупация США породила ИГИЛ или «Исламское государство Ирака и Леванта» (организация Судом РФ признана террористической, ее деятельность запрещена), которое сегодня называют «Исламское государство», представляет собой международную исламистскую суннитскую организацию, действие которой территориально ограничивается северо-восточными территориями Сирии и территорией так называемого «суннитского треугольника» Ирака. С 2013 года ИГИЛ фактически действует как непризнанное квазигосударство – «Исламское государство» было провозглашено как всемирный халифат 29.06.2014. Борьба с ним вылилась в затяжную войну сил коалиции и России. Закон о противодействии экстремизму. Информационная война на современном этапе. Этнические предубеждения, установки, стереотипы. Бытовой национализм. Радикальный национализм, вахабизм, неонацизм и насилие. Антисемитизм. Национальная проблематика в СМИ.
74.	Геополитика, проблемы безопасного развития и СМИ. Информационная война на современном этапе.	Крушение однополярного мира. Центры противостояния и геополитические интересы ведущих держав. Понятие «мягкой силы» и военного присутствия. Агрессивность блока НАТО. Информационная война вокруг Украины. Картина мира и национальные образы мира, отечественные традиции и достижения. Программа укрепления российской нации. Многонациональная культура России и журналистика как одна из сфер культурологии. Особенности национальной философской и социологической мысли. Источники информации для журналиста, опирающегося на знания и достижения науки, занимающегося популяризацией науки. Полемика в СМИ вокруг научного осмысления острых проблем современности. Теория и практика, модные термины и их реальное наполнение. Полемика вокруг Ельцин-центра в Екатеринбурге и освещение этого события в эфире, в Интернете.
75.	Классическое определение войны. Современная трансформация войны. Неурегулированные региональные споры как угроза международной	Немецкий военный теоретик К. фон Клаузевиц (1780—1831) писал, что война «есть не что иное, как продолжение государственной политики иными средствами»; «война — не только политический акт, но и подлинное орудие политики, продолжение политических отношений, проведение их другими средствами». Эти средства – расширяются, трансформируются, переходят на идейное, информационное и психологическое поле.

	безопасности.	Дезинформация и фейки на ТВ, создание постановочных репортажей и сознательное использование старых документальных и зарубежных материалов. Появились новые причины для неутихающих войн: сырьевые конфликты, нехватка питьевой воды, гуманитарная агрессия. Много лет идёт гражданская война на юго-востоке Украины. Минские соглашения. Миротворческие силы: статус и функции. Действия наблюдателей ОБСЕ в ДНР и ЛНР. Споры на ТВ вокруг миротворцев ООН
76.	Стратегия развития информационного общества в РФ на 2017–2030 годы. Основные принципы и пути реализации. Роль СМИ.	<p>Президент России В.В. Путин утвердил Стратегию развития информационного общества в РФ на 2017–2030 годы, подписав соответствующий указ. Как сообщает пресс-служба Кремля, «указ подписан в целях обеспечения формирования в России общества знаний». Основными принципами Стратегии являются, в частности, обеспечение прав граждан на доступ к информации; обеспечение свободы выбора средств получения знаний при работе с информацией; приоритет традиционных российских духовно-нравственных ценностей и соблюдение основанных на них норм поведения при использовании информационных и коммуникационных технологий; обеспечение госзащиты интересов россиян в информационной сфере.</p> <p>Согласно документу, необходимо обеспечить использование российских средств шифрования при электронном взаимодействии федеральных органов власти, заменить импортное оборудование, программное обеспечение и электронную компонентную базу российскими аналогами, а также обеспечить комплексную защиту информационной инфраструктуры Российской Федерации, в том числе с использованием государственной системы обнаружения, предупреждения и ликвидации последствий компьютерных атак на информационные ресурсы. Роль СМИ в просвещении населения, в информационно-идейном противостоянии с агрессивной политикой так называемых партнеров – чрезвычайно возрастает.</p>
77.	История как идеология. Тематические информационные каналы, их проблематика и роль в информационном поле России. Каких каналов не хватает на современном ТВ?	<p>В России созданы тематические каналы – от спортивного «Матч-ТВ» до детского «Карусель». Но при наличии многих развлекательных каналов (СТС, «Пятница») не хватает каналов познавательных. В частности, так и не заработал общедоступный канал по истории, хотя есть планы ввести курс истории даже в технические вузы. Нет истинно просветительского канала «Культура» слабо отражает главные мировоззренческие проблемы современного мира, культурологические концепции современной России, межнациональные отношения. Принята, например, Федеральная целевая программа «Укрепление единства российской нации и этнокультурное развитие народов России (2014–2020 годы)». Но информационного обеспечения эта программа</p>

		– не имеет.
78.	Новая эпоха журналистики: прощание с мейнстримом и возрастание роли новых медиа, интернет-сообществ в политике	<p>В июне 2016 года Международное информационное агентство «Россия сегодня» провело форум медийных экспертов «Новая эпоха журналистики: прощание с мейнстримом». Тот форум предложил поместить в центр дискуссии самого журналиста и его роль в современной системе медиа. Стремление к многоцветному, многополярному миру приводит сегодня к ослаблению позиций мейнстримовых СМИ. Аудитория все активнее испытывает потребность в альтернативных мнениях и точках зрения. Согласно опросу ICM Research для Sputnik.Polls, 60% американцев и европейцев хотят получать информацию о событиях в мире из альтернативных источников информации. Состоявшиеся вскоре после конференции выборы президента США подтвердили возросшую роль этих альтернативных источников и социальных сетей: ведь все мейнстримовые, казалось бы, самые авторитетные СМИ – уважаемые газеты и могучие телеканалы – были за Хилари Клинтон, но выиграл Дональд Трамп. Более того, в журналистском сообществе появился новый афоризм: «Врёт, как CNN». Надо было могучей компании, вещающей по всему миру, дожить до такого позора...</p> <p>Конечно, традиционные мейнстримовые медиа отстаивают свое право на влияние и утверждаемую истину, но меняющийся характер медиапотребления, часто формируемого самой аудиторией посредством экосистемы социальных сетей и поисковых агрегаторов, подрывает потенциал лояльности к старым брендам. Усиливающаяся информационная война с откровенной пропагандой, фейковыми вбросами, а то и прямыми фальсификациями ещё более подрывают это доверие. Но информационное пространство – расширилось и приобрело новые средства воздействия.</p>
79.	Укажите речевые ошибки, вызванные смещением паронимов. Исправьте ошибки.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Изменения, прошедшие в стране за последние 5–6 лет, необратимы. 2. Лечебные учреждения проводят дифференциальное питание больных. 3. Дети близко к сердцу воспринимают огорчения родителей. 4. Он был настоящим сподвижником книги, плоды его просветительной деятельности заметны и поныне. 5. Больше ста человек заселилось в общежитие, которое только что отстроили сами студенты. 6. Вслед за черешней подоспели ранние сорта яблок. 7. Первое время научная работа поддавалась нелегко. 8. Вследствие неблагоприятных погодных условий и понесенного в связи с этим ущерба урожайность в этом году значительно уменьшилась. 9. Третий сорт яблок охватывает всю продукцию, не подлежащую перевозке на длительные расстояния. 10. Первый выпуск журнала был встречен читателями с большой заинтересованностью. 11.

		Самолеты значительно укоротили путь от Камчатки до Якутска 12. Обмороженные стекла окошек едва рассеивают тусклый свет мартовского утра. 13. Стены имеют неприглядный вид, они не покрашены, вместо вешалок набиты гвозди. 14. При решении этой проблемы потребовались экскурсии в математику и биологию.
80.	Проанализировать образ современного теле- и радиоведущего (по выбору).	Известные персоны современной журналистики. Умение их заявить о себе как о личности, проявить свою творческую позицию. Характерный выбор выразительных средств, стиля и языка как сверхзадача журналиста. Загадка восприятия текста как раздел психологии творчества. Стремление стать собеседником, установить контакт с реальным сегодняшним читателем, зрителем, пользователем сети, с адресной аудиторией конкретного СМИ.
81.	В примерах, взятых из ученических сочинений, укажите нарушение лексической сочетаемости и попробуйте исправить эти стилистические ошибки.	Долохова за его бесшабашность произвели в солдаты. Старое, умирающее страстно сопротивлялось новому. В какие бы безысходные положения он ни попадал, он всегда найдет выход. Бородинская битва вскрыла то лучшее, что было в князе Андрее. Из глаз Сони беззвучно текли слезы. Уж топтался на одном месте: он не мог взлететь. Вместе с духовным ростом у Павла и Ниловны растет их речь. Литературно-критические статьи Белинского трепещут политическими статьями. На Раскольникову в щелку смотрели маленькие глазки и совсем седые волосы. Любимые герои Толстого далеко не идеальные, они впадают в свои кризисы. Слава тому солдату, который схоронил свое тело на поле боя. После гибели Ленского на дуэли Ольга женится на гусаре.
82.	Привести пример индивидуального творческого стиля журналиста-аналитика.	Быстрое, точное написание новости реального времени – результат большой работы репортера. Требуется не только навык скорописи. Репортер должен хорошо знать материю новости, подоплеку событий, его значения, круг затрагиваемых проблем и заинтересованных лиц. Это позволяет свободно излагать мысль, не опасаясь в спешке совершить ошибку или неточность.
83.	Осуществить стилистический анализ статьи из заданной газеты.	Ознакомиться с предложенной статьей. Выявить экстралингвистические параметры, существенные для интерпретации и организации газетно-публицистического текста (название, место и время публикации, принадлежность газеты к определенному направлению в журналистике). Определить функционально-стилевую принадлежность газетно-публицистического текста и особенности его жанрово-

		стилевой организации. Выявить коммуникативное намерение автора и сформулировать коммуникативную задачу; указать способы ее решения, предлагаемые автором. Обобщить результаты стилистического анализа газетно-публицистического текста, сделать выводы и оценить эффективность воздействия текста на читателя.
84.	Определить жанры журналистских материалов из заданной газеты.	Жанровые особенности в журналистском творчестве, трудности в их определении. Набор существенных характеристик, позволяющих относить текст к тому или иному жанру. Выбор стиля и литературных приёмов. Главный завет Вольтера: «Все жанры хороши, кроме скучного». Жанр как содержательно-формальная характеристика медиатекста. Определение и признаки жанра в журналистике. Жанровые различия фабулы, сюжета, композиции журналистского произведения. Общая (групповая) классификация жанров в журналистике. Специфика информационно-новостных жанров. Особенности заметки и расширенной заметки. Жанровая характеристика репортажа. Разновидности интервью как жанра публицистики.
85.	В данных предложениях найдите случаи неправильного выбора формы числительного. Исправьте ошибки.	На занятиях не было <u>обоих</u> сестер. Парохода ждали только <u>четверо</u> женщин. Главная бухгалтерия обслуживает теперь <u>тринадцать</u> детских са-дов и <u>двадцать два</u> яслей. Насыпь возводилась с помощью <u>двоих</u> бульдозеров. <u>Трое</u> работниц не смогли выйти на работу. <u>Двое</u> котят играли на полу. На <u>обеих</u> берегах реки раскинулись поля. В <u>обоих</u> странах скоро будут выборы.
86.	Проанализировать статью по детской и (или) молодежной проблематике.	В процессе выполнения практического задания студент должен осуществить: - практический анализ и использование языка современных СМИ для детей и молодежи, выявление и употребление сленга, жаргонизмов, канцеляризмов; - определение авторских концепций; - освоение навыков редактирования текстов, адресованных аудитории определенного возраста.
87.	Определить жанрово-типологические особенности представленного журналистского текста	Жанровые особенности в журналистском творчестве, трудности в их определении. Набор существенных характеристик, позволяющих относить текст к тому или иному жанру. Выбор стиля и литературных приёмов. Главный завет Вольтера: «Все жанры хороши, кроме скучного». Жанр как содержательно-формальная характеристика медиатекста. Определение и признаки жанра в журналистике. Жанровые различия фабулы, сюжета, композиции журналистского произведения. Общая (групповая) классификация жанров в журналистике. Специфика информационно-новостных жанров. Особенности заметки и расширенной заметки. Жанровая характеристика репортажа. Разновидности

		интервью как жанра публицистики.
88.	Определить структуру и эффективность заголовочного комплекса представленной публикации.	Заголовок. Значение заголовка. Виды заголовков. Расширенный заголовок. Лид. Смысловая структура текста. Композиция. Особое значение захода. Смысловая концентрация текста. Подчинение одной теме и мысли. Работа над стилем. Стилиевые особенности различных новостных жанров. Отработка навыков точной фиксации фактов, краткой формулировки текста, изложения мысли, отбора главного факта, внимания к «говорящим» деталям.
89.	Выделить основные структурно-композиционные элементы предложенного журналистского текста.	Идейно-тематическое своеобразие журналистских материалов. Опорные категории журналистского произведения: факт, понятие, образ. Актуальность и оперативность медиатекста. Эффективность (действенность) журналистского выступления. Задача и сверхзадача журналистского произведения. Авторская позиция в контексте общественного мнения. Семантика и стилистика журналистского произведения. Идейный и образный ряд медиатекста. Специфика информационно-аналитических жанров. Особенности жанра корреспонденции. Жанровая характеристика статьи. Свойства письма, обозрения, обзора как жанров публицистики.
90.	Определить жанрово-типологические особенности представленного художественно-публицистического текста	Специфика художественно-публицистических жанров. Особенности жанров очерка и зарисовки. Жанровые характеристики фельетона и памфлета. Признаки и свойства эссе как жанра публицистики.
91.	Отредактировать и вычитать предложенный журналистский текст	Что удалось авторам-корреспондентам очеркистам, репортёрам, интервьюерам? Роль саморедактуры и конкретного редактора в подготовке материалов. Что удовлетворяет и чего не хватает в конкретном выпуске учебного СМИ? Оценка текста в целом, интеллектуальных и творческих способностей авторов.
92.	Представить вопросы аналитического интервью (проблематика – по выбору).	Типы вопросов и их функции. Прямые и не прямые. Открытые и закрытые. Разновидности вопросов и их зависимость от ситуационных и субъективно-личностных факторов. Уточняющие, развивающие, контрольные, переходные, уличающие, гипотетические, проективные, пассивные и др. вопросы. Вопросы, которых следует избегать. Стратегия и тактика вопросов. Последовательность вопросов. Интервью для печати. Расшифровка, сокращение, сочинение заголовка и лида. Редактирование, композиционная «настройка» и монтаж – существуют ли пределы вмешательства журналиста в исходный материал?

93.	Укажите примеры с ошибкой в образовании форм имен числительных.	О тридцати шести тысячах девятыосях восьмидесяти двух, нет пятисот семидесяти четырех книг, нас было двое, в девяносто девятом но-мере, над шестистами двадцатью семью гектарами земли, обоими страницами, в полуторах метрах, к две тысячи пятому году, вес равен одна тысяча тремстам семи килограммам, обоим девушкам, около полутора километров, семь целых пять десятых процента, трое женщин, собралось около двух тысяч человек, у сорока восьми человек, на двести первой странице, пять девушек, через семеро суток, на пятистах страницах, в тысяча девятьсот семьдесят третьем году, на сто двадцать первом этаже.
94.	Представить вопросы для интервью телеэфира (проблематика – по выбору)	Интервью для теле- и радиоэфира. Прямой эфир и запись. Подготовка, разминка, вопросы в эфире, запись синхрона, задний план для синхрона. Интервью в студии. Как составлять вопросы. Онлайн-интервью. Объемы. Участие пользователей и ролевые функции журналиста. Модерация вопросов. Интервью-подкасты как мультимедийная компонента материала. Правила цитирования. «Золотая цитата» как структурный элемент новости. Интервью для телеэфира. Расшифровка, сокращение, сочинение заголовка и лида. Редактирование, композиционная «настройка» и монтаж – существуют ли пределы вмешательства журналиста в исходный материал? Способы подачи материала: хронологический, логический, драматический.
95.	Отредактировать предложенный текст и дать комментарий использованным приемам редакторской правки.	Что удалось авторам-корреспондентам очеркистам, репортёрам, интервьюерам? Роль саморедактуры и конкретного редактора в подготовке материалов. Что удовлетворяет и чего не хватает в конкретном выпуске учебного СМИ? Оценка текста в целом, интеллектуальных и творческих способностей авторов.

Раздел 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение государственного экзамена по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика»

6.1. Нормативно-правовые акты¹:

Законодательные акты

1. Федеральный Закон « О средствах массовой информации».-М.: Омега-Л, 2016.- 37 с.

¹ Указанные нормативно-правовые акты содержатся в правовой системе «Консультант Плюс»

2. Конституция Российской Федерации. Текст и изменениями и дополнениями на 2016 год. –М.: Эксмо-Пресс, 2016. – 30 с.

3. Постановление Правительства РФ от 3 декабря 2009 г. N 985"О федеральной целевой программе "Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009-2018 годы" // [Электронный ресурс]

6.2. Основная литература;

1. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для вузов / Е. А. Баранова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 156 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13584-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466627>.

2. Бобров А. От Венгрии до Старой Руссы [Электронный ресурс] : пособие по журналистике путешествий / А. Бобров. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский гуманитарный университет, 2016. — 228 с. — 978-5-906912-01-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74733.html>

3. Бобров А.А. Литературная работа журналиста [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.А. Бобров. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2018. — 196 с. — 978-5-4487-0284-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/76793.html>

4. Бобров А.А. Обществу и человеку. Журналистика в социально-культурной сфере [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.А. Бобров. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский гуманитарный университет, 2017. — 174 с. — 978-5-907017-16-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74732.html>

5. Бобров А.А. Основы творческой деятельности журналиста. Путь в профессию [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.А. Бобров. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2018. — 279 с. — 978-5-4487-0283-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/76791.html>

6. Бобров, А. А. Основы журналистской деятельности : учебное пособие для вузов / А. А. Бобров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 343 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9254-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452362>

7. Будильцева М.Б. Основы риторики и коммуникации. Нормативный и коммуникативный аспекты современной риторики [Электронный ресурс] : учебное пособие / М.Б. Будильцева, И.Ю. Варламова, И.А. Пугачёв. — Электрон. текстовые данные. — М. : Российский университет дружбы народов, 2013. — 118 с. — 978-5-209-05484-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22232.html>

8. Голуб И.Б. Литературное редактирование [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Голуб И.Б.— Электрон. текстовые данные.— М.: Логос, 2014.— 432 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51632>. — ЭБС «IPRbooks»

9. Голядкин, Н. А. История отечественного и зарубежного телевидения (3-е издание) : учебное пособие для вузов / Н. А. Голядкин. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 191 с. — ISBN 978-5-7567-0823-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/57081.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

10. Грибок, Наталья Николаевна. Реклама и PR в социальной сфере [Текст] : Учеб. пособие / Н. Н. Грибок, Л. В. Мрочко ; МосГУ, каф. теории рекламы и массовых коммуникаций. - М. : Изд-во МосГУ, 2014. - 209 с.

11. Зарахович, Ирина Семеновна. Отечественные средства массовой информации для детей [Текст] : Рек. УМО вузов РФ по образованию в обл. народ. худож. литературы, социально-культур. деятельности и информ. ресурсов в качестве учеб. пособия для студентов вузов, обучающихся по направлению 071900 - "Библ.-информ. деятельность", профиль "Библ.-информ. работа с детьми и подростками" / И. С. Зарахович, Ю. А. Головин, О. Е. Коханая ; ФГБОУ ВПО "Моск. гос. ун-т культуры и искусств", Ин-т МАСС МЕДИА, Каф. журналистики. - М. : МГУКИ, 2011. - 170 с.

12. История отечественного телевидения. Взгляд исследователей и практиков : учебное пособие / Е. Л. Варганова, Н. А. Голядкин, Е. Я. Дугин, Я. Н. Засурский. — Москва : Аспект Пресс, 2012. — 160 с. — ISBN 978-5-7567-0658-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/8949.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

13. Колесниченко, А. В. Практическая журналистика : учебное пособие / А. В. Колесниченко. — Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2010. — 192 с. — ISBN 978-5-211-05510-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/13304.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

14. Коханова, Л. А. Основы теории журналистики в 2 ч. Часть 1 : учебник для вузов / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 244 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06817-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450594>.

15. Коханова, Л. А. Основы теории журналистики в 2 ч. Часть 2 : учебник для вузов / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 239 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06819-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451586>.

16. Лазутина, Г. В. Профессиональная этика журналиста : учебник / Г. В. Лазутина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2013. — 224 с. — ISBN 978-5-7567-0612-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/68824>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

17. Основы медиабизнеса : учебник / под редакцией Е. Л. Варгановой. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 400 с. — ISBN 978-5-7567-0724-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/68801>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.
18. Русский язык и культура речи : учебник для вузов / Т. И. Сурикова, Н. И. Клушина, И. В. Анненкова, Г. Я. Солганик ; под редакцией Г. Я. Солганика. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 239 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03822-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449707>
19. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие / под редакцией В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. — 2-е изд. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 224 с. — ISBN 978-5-7567-0896-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/97268>. — Режим доступа: для авториз. пользователей
20. Сотникова, О. П. Интернет-издание от А до Я: Руководство для веб-редактора : учебное пособие / О. П. Сотникова. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 160 с. — ISBN 978-5-7567-0723-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/68843>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.
21. Тертычный А.А. Жанры периодической печати : учебное пособие. — 6-е изд. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 320 с. — ISBN 978-5-7567-0875-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/97230>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.
22. Тертычный, А. А. Аналитическая журналистика : учебное пособие / А. А. Тертычный. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2013. — 352 с. — ISBN 978-5-7567-0555-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/68845>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.
23. Уланова, М. А. Интернет-журналистика: Практическое руководство : руководство / М. А. Уланова. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 238 с. — ISBN 978-5-7567-0878-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/97231>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.
24. Язык средств массовой информации [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов/ О.В. Александрова [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Академический Проект, Альма Матер, 2015.— 760 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/36864>. — ЭБС «IPRbooks».

6.3. Дополнительная литература:

25. Быховский М.А. Развитие телекоммуникаций: на пути к информационному обществу [Текст] : История телеграфа, телефона и радио до начала XX века : Рек. УМО по образованию в области телекоммуникаций в качестве учеб. пособия для студентов высших учеб. заведений, обучающихся по направлению подготовки дипломированных спец. 210400 "Телекоммуникации". - 3-е изд. - М. : ЛИБРОКОМ, 2013. - 342 с.

26. Дзялошинский, И. М. Современное медиапространство России : учебное пособие / И. М. Дзялошинский. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 312 с. — ISBN 978-5-7567-0890-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/97220>

27. Интернет-СМИ: Теория и практика : учебное пособие / А. О. Алексеева, Е. Л. Вартанова, Л. А. Круглова, Н. Г. Лосева. — Москва : Аспект Пресс, 2013. — 348 с. — ISBN 978-5-7567-0542-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/68827>. — Режим доступа: для авториз. пользователей

28. Колесниченко, А. В. Практическая журналистика: 25 мастер-классов : учебное пособие / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., исп. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 168 с. — ISBN 978-5-7567-0963-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/115623>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

29. Корконосенко, С. Г. Социология журналистики : учебник для бакалавров / С. Г. Корконосенко ; ответственный редактор С. Г. Корконосенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 421 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2275-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425448>.

30. Корнилов, Е. А. Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий : монография / Е. А. Корнилов, Е. Е. Корнилова. — Москва : ФЛИНТА, 2013. — 256 с. — ISBN 978-5-9765-1360-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/72753>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

31. Лонская, А. Репортаж: От идеи до гонорара : учебное пособие / А. Лонская. — Москва : Аспект Пресс, 2015. — 334 с. — ISBN 978-5-7567-0792-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/97225>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

32. Магронт, М. Новости как профессия : учебное пособие / М. Магронт. — Москва : Аспект Пресс, 2015. — 120 с. — ISBN 978-5-7567-0773-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/68830>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

33. Муратов, С. А. Встречная исповедь. Психология общения с документальным героем : учебное пособие для вузов / С. А. Муратов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 171 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08558-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451992>.

34. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450965>.

35. Самарцев О. Р. Творческая деятельность журналиста [Текст] : (Очерки теории и практики): Рек. УМО объединением по журналистике в качестве учеб.

пособия для студ. вузов / О. Р. Самарцев. - М. : Акад. проект : Фонд "Мир", 2014. - 523 с.

36. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466182>

6.4. Электронные базы данных и информационно-справочные системы:

№№	ЭБС, к которым имеют доступ обучающиеся (на договорной основе)	Описание ЭБС	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	https://urait.ru/ 100% доступ. Версия для слабовидящих.
2.	ЭБС издательства «Лань»	Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов. Коллекция «Журналистика и медиабизнес».	http://e.lanbook.com/ 100% доступ. Версия для слабовидящих.
3.	ЭБС IPR BOOKS	Современный ресурс для получения качественного образования, предоставляющий доступ к учебным и научным изданиям, необходимым для обучения и организации учебного процесса в нашем учебном заведении.	http://www.iprbookshop.ru/ 100% доступ. Версия для слабовидящих.

№	Справочные системы и базы данных к которым имеют доступ обучающиеся (на договорной основе)	Используемый для работы адрес
1.	Polpred.com Обзор СМИ. В рубрикаторе: 53 отрасли / 600 источников / 9 федеральных округов РФ / 235 стран и территорий / главные материалы / статьи и интервью 9000 первых лиц. Ежедневно тысяча новостей, полный текст на русском языке, миллионы сюжетов информагентств и деловой прессы за 15 лет. Доступ на Polpred.com открыт со всех	http://polpred.com/news/

	компьютеров библиотеки.	
2.	<p>С 2001 года Библиотека Московского гуманитарного университета сотрудничает с компанией «Консультант Плюс» и является участником Программы информационной поддержки российских библиотек.</p> <p>В читальном зале установлены актуальные базы данных правовых документов. Учебный центр «Консультант Плюс» (http://www.consultant.ru/edu/center/) регулярно проводит обучающие семинары с выдачей своего сертификата. Программа и расписание семинаров на ближайший месяц размещаются на сайте компании в разделе Некоммерческие проекты – Учебный Центр Консультант Плюс.</p> <p>Разработано мобильное приложение «Консультант Плюс: Студент» (http://www.consultant.ru/student/). Бесплатное приложение «КонсультантПлюс: Студент» содержит правовую информацию (кодексы, законы), судебную практику, консультации, а также современные учебники по праву, финансам, экономике и бухучету.</p>	http://www.consultant.ru/edu/center/

Информационные ресурсы открытого доступа

№	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Электронно-библиотечная система «БиблиоРоссика»:	http://www.bibliorossica.com/ 100% доступ
2.	Федеральный портал «Российское образование»	http://www.edu.ru/ 100% доступ
3.	Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»	http://window.edu.ru/ 100% доступ
4.	Электронная энциклопедия	www.promo.ru 100% доступ

5.	Информационный портал по маркетингу	www.marketing.spb.ru 100% доступ
6.	Онлайновый справочно-информационный центр по электронной коммерции	www.e-commerce.ru 100% доступ
7.	Каталог лучших рекламных площадок российского Интернета	www.webrating.ru 100% доступ
8.	Сайт крупнейшего в России мониторингового агентства	www.monitoring.ru 100% доступ
9.	Система, позволяющая владельцам web-сайтов собирать статистические данные более чем по 600 параметрам	www.spylog.ru 100% доступ
10.	Официальный сайт мониторингового агентства Media Metrix	www.mediametrix.com 100% доступ
11.	Альтернативный сервер, предлагающий регистрацию и сопровождение почтовых рассылок	www.subscribe.ru 100% доступ
12.	Анализатор сайтов	www.seolib.ru 100% доступ
13.	Подбор ключевых слов	www.direct.yandex.ru 100% доступ
14.	Подбор ключевых слов	www.wordstat.yandex.ru 100% доступ

Раздел 7. Материально – техническое обеспечение государственного экзамена по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика»

Университет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Университет обладает специально оборудованными мультимедийными аудиториями, в которых возможно доступно и эффективно излагать необходимый теоретический и практический материал (например, в виде презентации (MS PowerPoint), собственной библиотекой с техническими возможностями перевода основных библиотечных фондов в электронную форму и необходимыми условиями их хранения и пользования.

Реализация образовательной программы, в частности подготовки государственного экзамена обеспечивается доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам, доступом к сети Интернет, возможностями работы в компьютерных классах, например, (503 аудитория 3 корпус: 13 системных блоков Intel Pentium G/DDR 4гб + 13 мониторов LG 22M38D-B с программным обеспечением «Microsoft Windows» и «Microsoft Office»);

Для материально-технического обеспечения подготовки и проведения государственного экзамена используются следующие ресурсы: интернет-центр университета, специализированного компьютерного класса, имеющейся у факультета рекламы, журналистики и дизайна учебно-производственной базы (издательского комплекса, телестудии, оборудованной цифровой техникой, лаборатории цифровой аудио- и видеозаписи, монтажной цифровой линии). В целях обучения конвергентной журналистике необходимо оборудование для работы с текстом, видео- и аудиоинформацией. Также максимально привлечены соответствующие возможности редакций газет и теле-, радиоконпаний, являющихся базами практик.

Оборудование для проведения государственного экзамена типовое, обеспечивающее цели визуальной демонстрации презентации творческого досье выпускника:

- переносной комплект презентационного оборудования: мультимедиа-проектор, ноутбук (или ПЭВМ).