

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего
Федеральное государственное образовательное автономное образовательное
учреждение высшего образования
**«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ (УНИВЕРСИТЕТ)
МИД РОССИИ»**

УТВЕРЖДАЮ

Председатель Приемной комиссии
Ректор МГИМО МИД России
академик РАН

А.В.ТОРКУНОВ

**Программа вступительного испытания для поступления
в магистратуру МГИМО МИД России
по направлению «ЖУРНАЛИСТИКА»**

МОСКВА - 2017

**«Теория и практика средств массовых коммуникаций»
(магистратура по направлению «Журналистика»)**

Экзамен проводится в письменной форме. На написание экзамена отводится три астрономических часа.

**Формат проведения вступительного экзамена в магистратуру по
направлению «Журналистика»**

<i>Экзаменационные вопросы</i>	<i>Максимальные баллы</i>
1. Общие вопросы по журналистике	30
2. Вопрос по «Международной журналистике»/ «Научной журналистике»	30
3. Эссе на предложенную тему	40 (30 баллов – содержание; 10 баллов – русский язык (синтаксис, орфография))
ИТОГО:	100 баллов

Экзамен считается сданным на оценку «неудовлетворительно», если абитуриент получил суммарно за оба вопроса или за любой из двух вопросов менее 60 баллов.

Заявления на апелляцию принимаются лично от абитуриента на следующий день после объявления результатов экзамена.

Вступительное испытание состоит из 3-х частей (А, В, С):

ЧАСТЬ А

общие вопросы по журналистике
(в форме теста, 10 вопросов)

1. Теоретические подходы к массовым коммуникациям. Журналистика и СМИ.

Коммуникация и информация. Что такое информация. Виды информации. Массовая информация. Категории массово-информационной деятельности.

Журналистика. Средства массовой информации (СМИ). Инфраструктура СМИ.

Функции СМИ. Типологические характеристики СМИ. Аудитория СМИ. Целевое назначение СМИ. Характер передаваемой информации.

Понятие жанра журналистики. Основные жанры журналистики. Специфика жанров в зависимости от типа СМИ.

2. Основные типы СМИ и их характеристики.

Основные характеристики печатной периодики в сравнении с другими СМИ. Количественные характеристики печатных СМИ России. Центральная и местная печать. Проблемы и перспективы развития печатной прессы. Еженедельник на рынке прессы. Особенности еженедельников газетного и журнального типов. Журнал как тип издания. Типология современного российского журнала.

Особенности восприятия аудиоинформации. Основные этапы организации и развития отечественного радиовещания. Современное состояние радиовещания в России.

Особенности комплексного восприятия аудио- и видеоинформации. Основные этапы организации и развития отечественного телевидения. Современное состояние телевидения в России.

Современные СМИ в сети Интернет. Принцип организации и представление информации в сети Интернет. Поиск информации в сети Интернет.

Современные печатные СМИ в сети Интернет. Основные принципы размещения информации. Радио и телевидение в сети Интернет. Российские СМИ в сети Интернет.

3. Основные этапы становления СМИ в России и за рубежом.

Исторические типы журналистики. Особенности развития СМИ в странах Западной Европы и США. Особенности развития СМИ в России.

Цензура и свобода слова. Государственные и общественные механизмы контроля СМИ.

Основные направления развития журналистики в XX веке. Развитие массовой прессы. Конкуренция на рынке СМИ.

Отечественная журналистика в XVIII – XIX вв.: люди и издания.

Особенности развития СМИ в советский период. Характерные черты этапов развития СМИ в постсоветскую эпоху. Роль прессы в проведении демократических преобразований в России. Основные тренды в развитии СМИ России.

4. СМИ в современном мире: профессиональные, этические и правовые составляющие медийного процесса.

Современное состояние политической и экономической свободы СМИ. Современное состояние медиапромышленности. Центральные и региональные СМИ: особенности экономического и правового положения.

Правовые основы деятельности СМИ. Конституция Российской Федерации о свободе слова и информации. Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации».

Законодательство об экономической поддержке СМИ. Законодательство об участии России в международном информационном обмене. Свобода слова и информации в период проведения выборов в органы государственной власти.

Деятельность СМИ в условиях чрезвычайных ситуаций. Проблема правового и этического регулирования. Роль СМИ в освещении международных военных операций.

ЛИТЕРАТУРА И УЧЕБНЫЕ ПОСОБИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ

Основная литература и учебные пособия:

- Свитич Л.Г. Профессия: журналист, «Аспект-Пресс», 2003
- Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики, «Аспект-Пресс», 2003
- Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран М., «Аспект-Пресс», 2003
- Корконосенко С.Г. Основы журналистики, М., «Аспект-пресс», 2001

* В качестве дополнительных материалов рекомендуем пользоваться учебниками и учебно-методическими пособиями, размещенными по следующей ссылке: <http://www.journ.msu.ru/?chp=publ>

Дополнительная литература и учебные пособия:

- Основы теории коммуникации. Под ред. Профессора М.А.Василик. М.: «Гардарики», 2003 г.
- Деннис Э., Меррил Дж. Беседы о масс-медиа. М., 1997
- Чернышева Н.И. Монархи, дипломаты, государственные деятели, литераторы – первые русские журналисты. – М., МГИМО-Университет, 2012.
- Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М., 1998
- Ярочкин В.И. Информационная безопасность. М., 2000
- С.М.Гуревич. Газета: вчера, сегодня, завтра. М. Аспект Пресс. 2004.
- Строкач А.А. Жанры радиотелевизионной журналистики. В сб. “Жанры журналистики”. М., МГИМО, 1996.
- Строкач А.А. Основы радиотелевизионной журналистики. Часть I и II. М., МГИМО, 1999-2001 гг.
- Кузнецов Г.В. ТВ-Журналистика: критерии профессионализма. М. “РИП-холдинг”. 2003.
- Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. М.: Аспектпресс 2004.
- Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста. М.: Аспектпресс, 1999.
- От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия. Под. Ред. Я.Н. Засурского. М.: Изд. МГУ, 2000.

ЧАСТЬ В

Международная журналистика

1. Современное состояние мирового медиа-рынка.

Общая характеристика и основные тренды развития. Механизмы и проблемы регулирования медиа-рынка: взаимодействие государства, владельцев бизнеса, журналистского сообщества и негосударственных общественных организаций. Опыт зарубежных стран и России в регулировании национальных и международного медиа-рынка.

Вопросы журналистской этики – динамическая система взаимодействия заказчиков, создателей и потребителей информации. Ограничения свободы

массовой информации в демократическом обществе: международный опыт, российская практика.

Формирование медиа-рынка: этапы и тенденции. Медиа-бизнес в политическом и социальном контексте.

2. Экономика средств массовой информации

Экономические слагаемые современного медиа-рынка. Сбор, создание, обработка, хранение и распространение информации как слагаемые медиа-рынка. Массовая информация как товар. Проблемы исследования рынка с точки зрения позиционирования издания. Редакционно-издательский маркетинг.

Общее и частное во взаимодействии рекламного бизнеса и медиа-бизнеса. Особенности рекламной политики в СМИ – правовые и этические вопросы.

3. СМИ в Глобальном информационном обществе

Основные понятия, история становления и развитие глобального информационного общества (ГИО). Роль СМИ в формировании ГИО. Особенности функционирования национальных и региональных СМИ в условиях ГИО. Роль и место России и российских СМИ в формировании ГИО.

Механизмы взаимодействия государства, бизнеса и гражданского общества в построении глобального информационного общества – деятельность международных организаций. Участие России в международных мероприятиях по формированию ГИО и ее первоочередные задачи.

4. Трансформация коммуникационной среды под влиянием информационных технологий

Управление коммуникациями в сетевом пространстве – технологический, социологический, культурологический, языковой и др. аспекты.

Трансформация медиа-индустрии в современном сетевом обществе. Особенности сетевых коммуникаций на примерах автокоммуникаций, двухсторонних коммуникаций, коммуникаций типа «один-со-многими» и «многие-с-одним», массовых коммуникаций. Информационные технологии в создании, сборе, обработке, хранении и обработке информации (на примере традиционных СМИ).

История создания интернета, его роль и место в современном обществе. Проблемы регулирования интернета. Интернет и СМИ – тождество или уравнение? Проблемы формирования имиджа интернета в общественном сознании. Регулирование интернета – особенности российского и международного информационного права.

5. Использование сетевых информационных технологий современными СМИ

Сетевые информационные технологии как составляющая деятельности СМИ. «Новые СМИ» - определение, особенности формирования и функционирования, перспективы развития.

Проблемы информационной безопасности в информационном обществе – незаконная, нежелательная информация, вредоносные программы, право на защиту информации, информационные войны с использованием информационных технологий – опыт России и зарубежных стран.

Доктрина информационной безопасности РФ – основные положения, цели и принципы. Информационное обеспечение внешней политики РФ.

Организация связей с общественностью с использованием сетевых информационных технологий. Принципы формирования «электронного правительства» - международный опыт и российская практика.

Проблемы охраны интеллектуальной собственности в информационном обществе и сетевом пространстве. Деятельность международных организаций, бизнесов и гражданского общества в идентификации и решении первоочередных задач в сфере охраны авторских прав.

ЛИТЕРАТУРА И УЧЕБНЫЕ ПОСОБИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ

Основная литература и учебные пособия:

- Жанры. Журналисты. Творчество. – М.: МГИМО-Университет, 2015.
- Современные зарубежные СМИ. - М.: МГИМО-Университет, 2011.
- Свитич Л.Г. Профессия: журналист, «Аспект-Пресс», 2003
- Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики, «Аспект-Пресс», 2003
- Вартанова Е.Л. "Медиаэкономика зарубежных стран" М., «Аспект-Пресс», 2003
- Корконосенко С.Г. Основы журналистики, М., «Аспект-пресс», 2001

Дополнительная литература и учебные пособия

- Ворошилов В.В. Журналистика. СПб., 1999
- Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе. М.,2001
- Грабельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий. М.,2001
- Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста.М.,2001
- Основы творческой деятельности журналиста. СПб.,2000

- Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М.,2001
- Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М.,2000
- Телевизионная журналистика. Учебник. М., МГУ, 2002.
- Тангейт М. Медиагиганты: Как крупнейшие медиакомпании выживают на рынке и борются за лидерство. М., 2006.
- Ворошилов В.В. Менеджмент средств массовой информации. - СПб.: Издательство Михайлова. 2000

ЧАСТЬ С

эссе на предложенную тему (200 слов)

- СМИ и глобализация: вызовы 21 века
- Новые СМИ: предпосылки возникновения и перспективы развития
- Пять слов, которые изменят мир к 2020 году
- Печатные СМИ в 21 веке: расцвет или упадок?
- Каким станет телевидение к 2020 году
- СМИ, война и международные отношения
- СМИ: информация или развлечение?
- СМИ и общество потребления: симбиоз или паразитирование?
- СМИ и экономика: когда информация стоит дороже денег?
- Комикс, фотография, иллюстрация: пути развития в 21 веке
- Общественные организации журналистов: какими вопросами они должны заниматься?
- Специализация или универсализм: каким должно быть образование журналиста?
- Глянец, мейнстрим, «желтая пресса» - за чем будущее?
- «Цензура» в СМИ: регулирование vs саморегулирование?
- Информационное обеспечение органов государственной власти
- «Взаимодействия с государством» (Government Relations - GR) как многомерный объект анализа и предмет мультидисциплинарных исследований
- GR-менеджмент и лоббирование в системе корпоративного управления. Стратегический и оперативно-тактический уровни управления современной корпорацией
- Роль социально-политических акторов (stakeholders) во взаимодействии с государственными институтами. Расстановка позиций и соотношение сил основных «участников-стейкхолдеров» политико-управленческого процесса
- Формы регулирования межорганизационных коммуникаций в сфере GR

- «Прямые» и «непрямые» методы современного лоббирования
- Социально-политическая экспертиза и прикладной GR-анализ проблемных ситуаций. Анализ внешней политической среды бизнеса
- GR-проектирование и планирование лоббистских кампаний.
Бюджетирование политической кампании
- Организация GR-кампаний и технологии политического менеджмента.
Современные «мягкие технологии» (soft power). Медиа-работа и рекламная экспансия
- Координация различных акторов и видов ресурсов в ходе лоббистской кампании. Распределение функциональных обязанностей и ролей
- Особенности ведения GR-работы в законодательных и исполнительных органах государственной власти
- Реклама и связи с общественностью
- Реклама и общество
- Реклама и связи с общественностью – плодотворный союз
- Как российский потребитель относится к рекламе
- Моя любимая реклама
- На что я обращаю внимание, когда стану рекламистом
- Что я понимаю под «связями с общественностью»
- Как улучшить имидж России
- Почему в нашем обществе негативно относятся к PR
- Какую роль может сыграть пиар в кризисной ситуации
- Почему я выбираю эту профессию