

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Саидов Заурбек Асланбекович
Должность: Проректор
Дата подписания: 13.04.2022 13:16:13
Уникальный программный ключ:
2e8339f3ca5e6a5b4531845a12d1bb5d1821f0ab

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Чеченский государственный университет
имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»

Филологический факультет



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
Н.У. Ярычев
«18» января 2022г.

Программа

дополнительного вступительного испытания при приеме на обучение по программам магистратуры по направлению подготовки 42.04.02 «Журналистика»

Программа одобрена на заседании кафедры журналистики

Протокол № 5 от «18» января 2022 г.
И.о. заведующего кафедрой _____ А.А. Дудаев

Разработчики программы _____ З.Д. Удиева

Грозный, 2022

Общая характеристика Программы

Настоящая программа составлена на основании требований к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки бакалавра журналистики, определяемых действующим Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению «Журналистика» и определяет содержание и форму вступительного экзамена по программе магистратуры по направлению «Журналистика».

Целью вступительных испытаний является следующее: выяснить компетенции абитуриента в теории и истории журналистики.

Данная цель реализуется путем решения следующих задач:

- Выявить степень владения абитуриентом теорией и историей журналистики;
- Установить степень владения абитуриентом системой, принципом функционирования, проблемами развития СМИ;
- Выяснить степень владения абитуриентом теоретической базой для адекватного анализа теорией и историей вопроса с применением адекватных методов и приемов анализа.

Требования к базовым знаниям, умениям и навыкам абитуриента

Абитуриент должен продемонстрировать знания, умения и навыки по Истории и теории журналистики в рамках требований к основным компетенциям выпускника бакалавриата по направлению «Журналистика», а именно:

Знать: принципы планирования массовых информационных потоков, в чем заключается организаторская работа журналиста, жанровое многообразие журналистских текстов, источники правовых норм, содержание ключевых положений Конституции, гражданского и уголовного кодексов РФ, законов, имеющих отношение к сфере средств массовой информации, теорию и историю зарождения и развития прессы и телевидения Чеченской Республики, России и зарубежных стран; об особенностях становления СМИ в начале XX века; типологические признаки средств массовой информации.

Уметь: выделять и интерпретировать основные тенденции развития журналистики в различных исторических условиях, планировать творческий акт и реализовать теоретические знания на практике.

Владеть: журналистскими методами, знаниями о системе СМИ; специальной исторической и журналистской терминологией, владеть навыком анализа журналистских текстов, основами правовых знаний, необходимых для журналиста в процессе работы в СМИ.

Форма вступительного испытания и его процедура:

Вступительные испытания в магистратуру по направлению «Журналистика» проводятся в комбинированной форме и состоят из письменной работы и собеседования экзаменационной комиссии и абитуриента.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

1. Идеино-тематическое своеобразие и структурно-композиционные особенности журналистского текста.

Понятие темы журналистского произведения, реальная конкретная ситуация и масштабная общественная проблема как компоненты темы. Содержание понятий «факт», «ситуация», «проблема». Разновидности ситуаций, отражаемых журналистикой.

Понятие идеи журналистского произведения и ее особенности. Единство «опорной» и «рабочей» идей в журналистском тексте. Направляющий характер «рабочей» идеи, варианты рабочей идеи. Различия между «рабочей» идеей и средствами манипулятивного воздействия на адресата информации.

2. Специфика предмета познания и типы познания действительности в журналистике.

Специфика познавательной стадии, типы познания действительности (ознакомление с ситуацией, исследование ситуации, журналистское расследование), основные жанровые формы, связанные с определенным типом познания.

3. Особенности структуры журналистского способа творчества.

Основные операции процесса познания: выбор темы (объекта), подготовка к контакту, первичное знакомство с объектом, целенаправленное изучение объекта. Основные операции стадии создания текста: определение замысла будущего текста, конкретизация замысла, реализация замысла и авторское редактирование текста. Устойчивое и изменчивое в структуре творческого акта.

4. Система методов получения, осмысления и предъявления информации в журналистике.

Факторы, определяющие формирование системы методов журналистского творчества. Методы познавательной деятельности: беседа, наблюдение, проработка документов, методы КСИ. Теоретические методы

предъявления информации фактологического ряда: констатация, репортажное и реконструктивное повествование, характеристика, рассуждение, типизация. Методы предъявления элементов образного и нормативного рядов: цитирование, апелляция (ссылка), изложение, переосмысление, словесная инструкция. Значение принципа дополнительности в использовании журналистского творчества.

5. Особенности условий творческой деятельности журналиста.

Предметные и социальные условия. Представления профессионального сознания, направляющие творческое поведение журналиста: профессионально-этические категории, принципы и нормы.

6. Система функций журналистики.

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

Коммуникативная функция в деятельности журналистики. Идеологические функции. Структура массового сознания (мировоззрение, миросозерцание, историческое сознание, общественное мнение). Культуроформирующие функции СМИ. Рекламно-справочная (утилитарная) функция. Рекреативные функции СМИ. Психологическая релаксация.

Непосредственно-организаторские функции СМИ.

Функции журналистики как система. Взаимодополнение функций в массово-информационном процессе. Монофункциональные и полифункциональные произведения. Функциональная структура отдельных изданий и программ.

7. Свобода печати и журналистская деятельность.

Социальная позиция и возможности ее свободной реализации. Многозначность понятия «свобода». Возникновение лозунга «свобода печати». Становление и характер концепций свободы: авторитарная, полной свободы, ответственной свободы.

Проблема социальной ответственности. Юридический аспект свободы журналистики. Ограничение свободы и злоупотребление ею. Проблема экономической независимости. Глобализация и проблемы формирования единого мирового «информационного пространства» на пути к «открытому обществу».

8. Журналистика как система средств массовой информации.

Наличие на «информационном рынке» огромного множества СМИ. Техничко-коммуникационные причины. Социально-политические причины. Нужды разнообразных слоев аудитории и социальных институтов.

Специфика коммуникационных возможностей разных каналов СМИ. Общее, особенное и единичное у них при передаче массовой информации. Перспективы развития и появления нового типа каналов СМИ. СМИ и глобальные информационные сети типа Интернет. Взаимодействие СМИ. Виды взаимодействия: борьба, конкуренция, кооперация, взаимодополнение, диалог на фоне разворачивания своего типологического облика.

9. Действенность и эффективность журналистики.

Результативность – оценочное суждение о характере и мере выполнения СМИ своих функций в соответствии с социальными потребностями. Проблема действенности как реакция социальных институтов на выступления СМИ. Формы реакции. Эффективность – мера результативности влияния на массовую аудиторию при реализации ее потребностей в информации. Реальная, потенциальная, расчетная аудитории. Характер отношений с аудиторией: «хвостистский», «лобовой», «реалистический». Творческие факторы эффективности. Проблемы близости, ситуативности, драматизма. Удовлетворение потребностей при учете интересов, запросов, мотивов. Взаимозависимость эффективности и действенности.

10. Журналисты как субъекты деятельности СМИ.

Профессиональные качества журналиста. Гражданская ответственность журналиста. Журналистская этика. Правовое положение журналиста. Авторское право в журналистике. Профессиональные организации журналистов.

11. Журналистика как область творческой деятельности.

Виды журналистской деятельности и формирование информационной политики. Формы реализации информационной политики. Типы творчества.

12. Социально-психологическая модель СМИ.

СМИ как универсальное средство общения. Общение в журналистской деятельности. Восприятие и интерпретация людей, событий, фактов, настоящего и прошлого. Развитие навыков эмпатии и интеракции. Технология и культура делового общения. Психология нравственного сознания: профессиональный долг, совесть честь. Социальный и должностной статус журналиста.

13. Социально-психологические проблемы массовой аудитории.

Типы психологических «идеологий» аудитории. Психологические характеристики базовой, целевой, потенциальной и реальной аудитории.

Методы и способы психологического воздействия СМИ на аудиторию. Четыре основных способа: подражание, внушение, заражение, убеждение. Специфика и особенности каждого и их комплексное применение. Внушение как ведущая форма воздействия. Манипулирование. Суггестия.

Мифологизация. Стереотипизация. Имиджмейкерство. Клипмейкерство. Убеждающее комментирование в аналитической журналистике. Ориентация журналистов, пиарменов и политтехнологов на эмоционально-волевою сферу человека. Применение методов психологического манипулирования в российских избирательных кампаниях.

14. Психология общения и СМИ.

Теория общения. Общество и СМИ. Формы общения и особенности массовой коммуникации. Структура и языки общения. Структурно-функциональная модель и главные фигуры СМИ. Классификация функций и структуры общения: коммуникативная, перцептивная, интерактивная, эмоциональная. Языки общения: вербальный, невербальный, конституциональный. Роль этих «языков» в межличностном, межгрупповом и массовом общении.

15. Психологические теории и журналистика.

Концепции российской школы (принципы детерминизма, единства сознания и деятельности, развития, целостности системности). Развитие психологии общения и психологии личности в трудах отечественных ученых. Гуманистические традиции российской школы. Теория установки в школе Д.Н. Узнадзе. Бихевиоризм как наука о поведении. S (стимул) – R(реакция) в массовой коммуникации, ее превращение в формулу S- V- R. Когнитивизм как познающая психология. Психоанализ З.Фрейда. Самоидентификация «Желтая пресса» и ее приемы. Аналитическая и гуманистическая психологии. К.Юнг и его концепция типов поведения (экстраверты и интроверты), основные психологические функции личности (мышление и чувства, ощущение и ситуация). Э.Фромм и его анализ существования человека. Самоактуализация и самореализация человека с помощью СМИ.

16. Социологические исследования аудитории СМИ.

Аудитория средств массовой информации. Методы и виды исследований аудитории. Рейтинги. Особенности поведения аудитории. Изобретательность. Устойчивость. Социально-типическое и индивидуальное. Общественные связи журналистики. Факторы, вызывающие контакты аудитории с редакциями. Функции общественных связей журналистики. Содержание материалов и передач. Цели социологического исследования содержания массовой информации.

17. Методы и приемы журналистского творчества

Методы познавательной деятельности, традиционно используемые журналистикой для получения сведений: проработка документов, наблюдение, беседа. Практика использования в журналистике методов сбора данных, применяемых в конкретных социологических исследованиях.

Пути постижения журналистом сути происходящего: от здравого смысла – к применению научных знаний.

Методы предъявления информации, используемые для воплощения фактологического ряда ЭВС: констатация, репортажное и реконструктивное описание, репортажное и реконструктивное повествование, характеристика, рассуждение, типизация.

Методы предъявления информации, используемые для воплощения культурологического ряда ЭВС: цитирование, апелляция (ссылка), изложение, переосмысление, словесная инкрустация.

Значение принципа дополнительности в использовании методов журналистского творчества.

18. Классификация жанров периодической печати.

Специфические особенности понятия "жанр". Жанрообразующие факторы в журналистике. Причины вызывающие жанровую дифференциацию журналистского творчества. Многообразие объектов действительности, отражаемых журналистикой. Основные типы объектов. Многообразие реальных конкретных ситуаций, характеризующих объекты действительности. Жанровые модели журналистских текстов как модификации основных характеристик журналистского произведения под воздействием факторов дифференциации. Технологии, необходимые для осуществления определенных жанровых моделей, как модификации способа творческой деятельности журналиста.

Группы жанров, объединенные предметно-объектными характеристиками отражаемой действительности. Жанры внутри этих групп, ориентированные на определенные цели обращения к аудитории.

19. Реклама: функции и методы воздействия на потребителя.

Стадии развития рекламы. Экономические, политические и национальные особенности рекламы. Основные методы воздействия рекламы на потенциального потребителя. Особенности рекламного сообщения.

20. Законодательное регулирование рекламы.

Закон о рекламе. Особенности политической рекламы в России. Недобросовестная реклама. Этичная и неэтичная реклама. Особенности политической рекламы на Чеченском телевидении. Политическая реклама в прессе.

21. Особенности и значение русской журналистики 1 половины 18 века.

Первая русская газета «Ведомости» (1703-1727). «Санкт-Петербургские ведомости» (1727). Месячные исторические, генеалогические и географические примечания к ведомостям (1728-1742 гг.) – первый русский журнал. Роль Ломоносова М. В. в развитии русской журналистики.

22. Отечественная журналистика в период революции 1917 года.

Изменения в системе отечественной журналистики после февральской революции. Появление многопартийной печати.

23. Советская журналистика в 60-80 гг. XX века.

«XX съезд партии и его последствия. Развитие новых форм массовых коммуникаций (телевидение и радиовещание).

24. Развитие средств массовой информации конца XX века.

Изменения в системе СМИ после распада СССР. Основная проблематика, формы и методы работы российских СМИ.

25. Система и типология современных зарубежных СМИ.

«Система» и «типология» СМИ: характеристика понятий. Под системой СМИ понимается совокупность разнообразных изданий (печатных, аудиовизуальных). Формы типологической классификации средств массовой информации – форма распространения (носитель), регион распространения, форма собственности, аудитория, время выхода, периодичность, формат. Основные типологические особенности СМИ в Европе, Соединенных Штатах Америки, Китае, Японии.

26. Жанровые признаки телерепортажа, его разновидности, структура.

Жанровые признаки: объект - реальное событие, динамичный, относительно законченный отрезок жизни, наиболее актуальный и существенный. Литературно - стилистические средства: лаконизм, конкретность, эмоциональная приподнятость. По способу трансляции различают прямой и фиксированный репортажи.

Простейший вид - трансляция события. Событийный, тематический, проблемный специальный репортаж. Авторский комментарий и синхрон, стенд-ап, лайт, люфт, экшн.

27. Жанровые признаки интервью.

Модели телеинтервью современного экрана.

Модели интервью на ТВ: 1. Протокольное, относится к информационным жанрам. Цель получение официальных разъяснений по вопросам внутренней и внешней политики; 2. Информационное, относится к информационным, цель - получение определенных сведений; 3. Интервью-портрет относится к художественным жанрам, цель - раскрыть личность собеседника. 4. Проблемное интервью, относится к аналитическим жанрам, цель - выявление различных точек зрения; 5. Интервью-анкета - информационный жанр, цель - выяснение мнений по определенному вопросу у различных собеседников; 6. Пресс-конференция относится к аналитической публицистике, разновидность интервью с большим количеством интервьюеров.

28. Финансовая база редакции и компании. Бюджет СМИ

Финансовая база издания, ее структура. Уставный фонд. Стартовый капитал. Основные фонды редакции. Оборотный капитал. Источники средств. Самофинансирование периодического издания. Дотирование издания. Спонсирование издания. Бюджет редакции печатного периодического издания. Реклама в периодическом издании

Бюджет редакции, 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. Структура тиража. Доходы от публикации рекламы, ее значение для обеспечения существования СМИ. Публикация частных объявлений.

29. Защита чести, достоинства и деловой репутации

Распространение порочащих человека сведений. Обязанность журналистов проверять достоверность сообщаемой ими информации. «Зоны риска». Опровержение и ответ. Компенсация морального вреда. Специфика рассмотрения в судах гражданских исков о защите чести и достоинства, предъявляемых к средствам массовой информации. Клевета, оскорбление. Трактовка понятий «факт и оценка (комментарий)», «сведения и мнение», «ненормативная лексика» и других. Презумпция невиновности и журналистская практика.

Диффамация на Западе. Ограниченные права общественных деятелей в исках о диффамации. Большая защищенность СМИ в случаях исков к ним со стороны общественных деятелей. Общественный интерес. Дело «Компания «Нью-Йорк таймс» против Салливана». Право на ответ: англосаксонский и континентальный подходы. Опасность эффекта «холодного душа» в делах о защите от диффамации. Специфика законодательства об оскорблении символов и руководителей государства на Западе.

30. Журналистика Чеченской республики периода постсоветской трансформации.

Основная тематика СМИ. Новые формы и методы работы СМИ. Реорганизация системы СМИ в годы перестройки, расширения гласности, демократизации общества. Появление независимых СМИ. Освещение ранее запретных тем. Пресса неформальных общественных движений. Газеты «Даймохк», «Столица Плюс», «Грозненский Рабочий». Проблематика выступлений газет и журналов. Публицистика периода 1990-2010 гг.

31. История Чеченского радиовещания и телевидения.

Первые радиопередачи в Чеченской республике. Роль радио в жизни чеченцев. Предпосылки возникновения Чеченского телевидения. Первые программы. Техническое оснащение, цветное телевидение. Развитие радио и телевидения в конце XX века.

32. Массово-информационное право

Закон РФ «О средствах массовой информации» (1991 г.). История принятия закона. Инициативный авторский проект Ю. М. Батурина, М. А. Федотова и В. Л. Энтина. Основные понятия, используемые в законе. 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 редакционных коллективах. Права на имущество редакции. Регистрирующий орган: контроль над деятельностью СМИ и обеспечение информационной безопасности. Порядок прекращения функционирования СМИ. Рассматриваемые в Государственной думе поправки и дополнения к закону РФ «О средствах массовой информации».

33. История журнальной периодики Чеченской республики.

Первый Чеченский журнал. Журналы послевоенного периода: «Вайнах», «Орга», «Стелалад». Новые журналы: «Деловой Грозный», «Дош». Типология и современное состояние журнальной периодики.

34. Система сетевых СМИ Чеченской республики.

Первые провайдеры. Сетевые версии традиционных СМИ. Он-лайн телевидение. Особенности заполнения сетевых ресурсов. Контент сетевых СМИ. Особенности функционирования информационных агентств. Блоги и Живой Журнал. СМС журналистики. Информационные рассылки. Директ-маркетинг как форма продвижения СМИ.

35. Правовые и профессионально-этические ориентиры творческого поведения журналиста

Представления профессионального сознания, направляющие творческое поведение журналиста: методологические постулаты; технологические правила; законы и нормы права; профессионально-этические категории, принципы и нормы. Основные различия между ними. Закон РФ «О средствах массовой информации» как концентрация правовых основ журналистской деятельности. «Декларация принципов поведения журналистов», принятая Международной Федерацией журналистов, и «Кодекс профессиональной этики российского журналиста» как концентрация профессионально-этических основ журналистской деятельности.

Освоение правовых основ журналистской деятельности и профессионально-этических представлений журналистского содружества – важнейшие моменты профессионального становления.

Литература

1. Авраамов Д. С. Профессиональная этика журналиста. – М., 2004.
2. Агапов А. Б. Основы государственного управления в сфере информатизации в Российской Федерации. – М., 1997.
3. Актуальные проблемы саморегулирования СМИ // Под ред. Г.В. Винокурова, А.Г. Рихтера, В.В. Чернышова. -М., 2005.
4. Актуальные проблемы правового регулирования телекоммуникаций / под ред. Г. В. Винокурова, А. Г. Рихтера, В. В. Чернышова. – М., 1998.
5. Магомадов М.Г. Журналистика Чечни накануне Первой мировой войны (1900-1914). Грозный, ЧГУ, 2013
6. Магомадов М.Г. Периодическая печать Чечни в период нового экономического подъема (1910-1912). Грозный, ЧГУ, 2012
7. Магомадов М.Г. Первые печатные издания в Чечне (1900-1905). Грозный, ЧГУ, 2012
8. Кусаев А.Д. Чеченское радио и телевидение: этапы становления. Грозный, ЧГУ, 2013
Введение в мировую журналистику. От античности до конца 18 в. Учебно- метод. комплект (уч.пос., хрестоматия)/Прутцков Г. В.; под ред. Я. Н. Засурского.-2-е изд.,испр. И доп.-М.: аспект Пресс,2012-432с.
9. История печати: Антология: Т.3 / Сост., предисл. и коммент. Я.Н. Засурского, О.А. Бакулина. М., 2008
10. Турпалов Л.А., Мурадов М.К. «Грозненский рабочий» - 90 лет.-Москва, 2007 г.
- 11.Анисимов А. Л. Честь, достоинство, деловая репутация: гражданско-правовая защита. – М., 1994.
- 12.Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. – М., 2003.
- 13.Воронина О. А. Гендерная экспертиза законодательства РФ о средствах массовой информации. – М., 1998.
- 14.Всеобщая декларация прав человека. Ст.19. Международный пакт о гражданских и политических правах. Ст.19, 20. Европейская конвенция о защите прав человека. Ст. 10 // ЗиП. – 1995. – № 10.
- 15.Гаврилов Э. П. Комментарий к Закону об авторском праве и смежных правах. – М., 1996.
- 16.Горохов В. М. Основы журналистского мастерства. – М., 1989.
- 17.Горохов В. М. Основы журналистского мастерства. М., 1989.
- 18.Грабельников А. А. Средства массовой информации постсоветской России. М., 1996.
- 19.Гуревич С. М. Экономика средств массовой информации. – М., 2004.
- 20.Гуревич С. М. Газета: вчера, сегодня, завтра. – М., 2004.
- 21.Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. 2-е изд. — М., 2011.
- 22.Дзялошинский И. Творческая индивидуальность в журналистике. – М., 1984.

23. Защита чести и достоинства: теоретические и практические вопросы / под ред. Г. В. Винокурова, А. Г. Рихтера, В. В. Чернышова. – М., 1997.
24. Интернет-СМИ: Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М. М. Лукиной. — М., 2011.
25. Иваницкий В. Л. Бизнес-план редакции. Рабочая тетрадь главного редактора. – М., 1999.
26. Интеллектуальная собственность на телевидении и радио: учеб. пособие / под ред. Э. П. Гаврилова, П. Круга. – М., 1998.
27. Информация и общественное мнение: От репортажа в СМИ к реальным переменам / Под ред. Румин Ислам; Пер. с англ. — М., 2010.
28. Киверин В. И. Экономика редакции газеты. – М., 2002.
29. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М., 1994.
30. Ковалев Е. А., Шевчук В. Д. Защита чести, достоинства и деловой репутации в суде. Практические рекомендации. – Ярославль, 1995.
31. Краткий юридический справочник для журналиста. – М., 1997.
32. Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста. – М., 2004.
33. Лекции по основам правовых знаний для журналистов / под ред. Г. В. Винокурова, А. Г. Рихтера, В. В. Чернышова. – М., 1999.
34. Мастерство журналиста. Под ред. В. М. Горохова и В. Д. Пельта. М., 1977.
35. Назайкин А. Н. Рекламная служба газеты. Структура. Принципы. Функции. – М., 1996.
36. Ненашев М.Ф. Иллюзии свободы. Российские СМИ в эпоху перемен (1985-2009). - М., 2010.
37. Правовые аспекты лицензирования телерадиовещания и телекоммуникаций / под ред. Г. В. Винокурова, А. Г. Рихтера, В. В. Чернышова. – М., 1999.
38. Пронин Е. И. Выразительные средства журналистики: Учебно-методическое пособие для студентов. М., 1980.
39. Прутцков Г.В. Введение в мировую журналистику. От Античности до конца XVIII века. - М., 2010.
40. Реснянская Л. Л., Фомичева И. Д. Газета для всей России. – М., 1999.
41. Система средств массовой информации / под ред. Я. Н. Засурского. – М., 2001.
42. Ученова В. В., Старых Н. В. История рекламы. – СПб., 2003.
43. Свитич Л. Г. Введение в специальность: Профессия: журналист: Учеб. пособие для студентов вузов / Л. Г. Свитич. — 3-е изд., испр. и доп. — М., 2012.
44. Современное право средств массовой информации в США / под ред. А. Г. Рихтера. – М., 1997.
45. Телекоммуникации и право / под ред. Ю. М. Батурина. – М., 2000.
46. Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2001. Основы творческой деятельности журналиста. Под ред. С. Г. Корконосенко. СПб., 2000.
47. Тертычный А. А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. М., 2000.
48. Тертычный А. А. Аналитическая журналистика. М., 1999.
49. Щепилова Г. Г. Как продать рекламу в газете. – М., 2004.

50.Щекочихин Юрий. Три эпохи российской журналистики. — М., 2010.

Интернет-ресурсы

1. <http://www.dagpravda.ru>
2. <http://www.inosmi.ru>
3. <http://www.riadagestan.ru>
4. <http://www.chernovik.net>
5. <http://www.medialaw.ru>
6. <http://www.advertising.ru>
7. <http://www.rwr.ru>
8. <http://www.reknet.ru>
9. <http://www.media-online.ru>
10. <http://www.mediaguide.ru>

Вопросы к экзамену

1. Идеино-тематическое своеобразие и структурно-композиционные особенности журналистского текста.
2. Специфика предмета познания и типы познания действительности в журналистике.
3. Особенности структуры журналистского способа творчества.
4. Система методов получения, осмысления и предъявления информации в журналистике.
5. Особенности условий творческой деятельности журналиста.
6. Система функций журналистики.
7. Свобода печати и журналистская деятельность.
8. Журналистика как система средств массовой информации.
9. Действенность и эффективность журналистики.
10. Журналисты как субъекты деятельности СМИ.
11. Журналистика как область творческой деятельности.
12. Социально-психологическая модель СМИ.
13. Социально-психологические проблемы массовой аудитории.
14. Психология общения и СМИ.
15. Психологические теории и журналистика.
16. Социологические исследования аудитории СМИ.
17. Методы и приемы журналистского творчества
18. Классификация жанров периодической печати.
19. Реклама: функции и методы воздействия на потребителя.
20. Законодательное регулирование рекламы.
21. Особенности и значение русской журналистики 1 половины 18 века.
22. Отечественная журналистика в период революции 1917 года.
23. Советская журналистика в 60-80 гг. XX века.
24. Развитие средств массовой информации конца XX века.

25. Система и типология современных зарубежных СМИ.
26. Жанровые признаки телерепортажа, его разновидности, структура.
27. Жанровые признаки интервью. Модели телеинтервью современного экрана.
28. Финансовая база редакции и компании. Бюджет СМИ
29. Защита чести, достоинства и деловой репутации

30. Журналистика Чеченской республики периода постсоветской трансформации.
31. История чеченского радиовещания и телевидения.
32. Массово-информационное право.
33. История журнальной периодики Чеченской республики.
34. Система сетевых СМИ Чеченской Республики.
35. Правовые и профессионально-этические ориентиры творческого поведения журналиста.

Критерии оценок

Продолжительность испытания составляет 60 минут. Экзаменационное задание включает два вопроса, максимальная оценка за каждый – 100 баллов.

Ответ на каждый из вопросов оцениваются по следующим критериям:

Количество баллов	Описание оценки
81 - 100	Знание теории журналистики и основных закономерностей исторического развития прессы. Умение анализировать проблему вопроса в сравнительно-хронологической последовательности. Самостоятельное и оригинальное осмысление материала. Умение содержательно и грамотно излагать основное содержание вопроса.
66 - 80	Знание основных закономерностей развития СМИ, основных теоретических положений вопроса, а также основных исторических событий этого периода в хронологической последовательности. Умение проанализировать факты, содержательно и грамотно излагать суть проблемы.
51 - 65	Знание теории и основных законов исторического процесса развития СМИ, обладание общими представлениями об истории вопроса. Неполный анализ фактического материала. Наличие ошибок при изложении вопроса.
0 - 50	Незнание теории журналистики и основных закономерностей процесса зарождения и развития СМИ. Неумение анализировать фактический материал, незнание

	исторических событий вопроса. Наличие в ответе грубых ошибок.
--	--

По итогам ответа сумма полученных баллов за каждый вопрос делится на два.

Итоговая оценка выставляется исходя из следующих правил:

Количество баллов	Оценка
81 - 100	Отлично
66 - 80	Хорошо
51 - 65	Удовлетворительно
0 - 50	Неудовлетворительно

Составитель программы:

старший преподаватель Уциева З.Д.



Согласовано: Дудаев А.А.

