

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ
«ЛЕНИНГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени А. С. ПУШКИНА»

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА
НАУЧНАЯ СПЕЦИАЛЬНОСТЬ
5.9.9 МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА
(ОТРАСЛЬ НАУКИ – ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ)**

Санкт-Петербург
2024

Структура и содержание вступительного испытания

Вступительное испытание состоит из:

- устного ответа на вопросы экзаменационного билета;
- собеседования по реферату, представленному до даты завершения приема документов (приложение 1).

Критерии оценки вступительного испытания

Оценка	Критерии оценивания
5 (пять)	<ol style="list-style-type: none">1. Дан правильный и развернутый ответ на все вопросы экзаменационного билета2. Дан правильный и развернутый ответ на дополнительные вопросы, задаваемые экзаменационной комиссией.3. Тема, представленная в реферате, раскрыта полностью, дан развернутый ответ на дополнительные вопросы, задаваемые экзаменационной комиссией по реферату.
4 (четыре)	<ol style="list-style-type: none">1. Дан неполный ответ на все вопросы экзаменационного билета.2. Дан правильный и развернутый ответ на дополнительные вопросы, задаваемые экзаменационной комиссией.3. Тема, представленная в реферате, раскрыта полностью, дан развернутый ответ на дополнительные вопросы, задаваемые экзаменационной комиссией по реферату.
3 (три)	<ol style="list-style-type: none">1. Дан правильный ответ хотя бы на один вопрос, представленный в экзаменационном билете.2. Дан правильный ответ на один дополнительный вопрос, заданный экзаменационной комиссией.3. Тема, представленная в реферате, не раскрыта полностью, не дан развернутый ответ на дополнительные вопросы, задаваемые экзаменационной комиссией по реферату.
2 (два)	<ol style="list-style-type: none">1. Нет правильных ответов на вопросы экзаменационного билета.2. Тема, представленная в реферате, не раскрыта полностью или не соответствует выбранной научной специальности, не дан ответ на дополнительные вопросы, задаваемые экзаменационной комиссией по реферату.

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА

1. СОВРЕМЕННАЯ МЕДИАСФЕРА

История трансформации медиа: как менялись технологии и целевая аудитория. Проблемы современного мира: «пузыри фильтров», дезинформация. Экономика внимания и клиповое мышление аудитории как факторы, изменившие медиaprостранство. Обзор изменений в медиасфере: потеря монополии на внимание, технологии, информацию. Новые и «старые» профессии в медиа. Функции медиа, создание контента, управление, генерация идей, аналитика, продвижение/дистрибуция. Технологическая цепочка создания контента (текста, фото, видео). Дезинформация: новая реальность медиа. Противодействие распространению дезинформации, инструменты проверки информации, фактчекинг как новый этап в технологической цепочке создания контента. Технологии визуализации информации в медиа. Мультимедийные форматы современных медиа. Мировой информационный порядок, медиасистемы мира.

Типологические особенности и разновидности медиасистем, структурные особенности медиасистем. Современные тенденции и векторы развития медиа, особенности трансформации традиционных средств массовой информации. Современные принципы формирования медиаконтента СМИ. Сочетание в медиаконтенте текстов разных типов и видов. Вариативные технологии создания медиаконтента.

Понятие медиатекста: основные признаки, родовые и видовые особенности. Медиатекст как особый вид произведения. Медиатекст в системе текстов публичных коммуникаций: общее и особенное. Фактологические, аксиологические и идеологические концептуальные элементы содержания медиатекста. Медиатекст: структура и значение. Парадигмы изучения медиатекста. Интенциональность медиатекста. Лингвосоциокультурные модели медиатекста. Полиинтенциональность медиатекста. Автор в интенциональном поле медиатекста.

Лингвистическая этика в контексте коммуникации. Медиажанры: типовая интенциональность и речевые особенности. Рецепция медиатекста. Процессы конвергенции в СМИ: исторические аспекты. Появление радио как первый этап конвергенции в медиасистемах. Конвергенция медиа и процессы медиаобеспечения, медиапотребления, медиакультуры. Массмедиа как сфера самореализации человека. Виды массово-коммуникационной деятельности: журналистика, паблик рилейшнз, реклама, политтехнологии, лоббирование и др. Принципиальные различия между разными видами массово-коммуникационной деятельности.

Сущностные и технологические аспекты работы медийных специалистов (журналистов, пиарменов, спичрайтеров, пропагандистов, копирайтеров и др.). Специфика работы в разных видах средств массовой информации и коммуникации. Медиaproфессии (творческие, вспомогательные и технические). Медиакультура, ее виды и разновидности.

Феномен непрофессиональных средств массовой информации и коммуникации. Медiateкст как результат творчества в процессе коммуницирования. Способы осознанного восприятия, анализа и оценки медiateкстов. Средства определения ценностных ориентаций, реализуемых или пропагандируемых медiateкстами. Способы потребления и создания медiateкстов.

Медиаобразование и медиакритика как формы защиты аудитории от негативного воздействия массмедиа. Различные аспекты изучения средств массовой информации и коммуникации. Междисциплинарность медиаисследований. Наиболее значительные зарубежные и отечественные теоретики и исследователи медиа. Медиатерминология и ее проникновение в общеупотребительную лексику. Освоенность медиасловаря как критерий медиаобразованности современного человека.

2. ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Предпосылки становления журналистики как социального института: теоретические, естественно-научные, исторические. Возникновение глобального информационного пространства, превращение современного мира в глобальную коммуникационную систему. Определяющая и преобразующая роль информационных и коммуникационных технологий, ускоряющих индустриальную революцию. Защита интеллектуальной собственности, авторского права, защита персональных данных. Теория глобальной информационной инфраструктуры.

Процессы интеграции в информационное общество и место в них журналистики. Эффект «сжатия пространства и времени» в современных медиа. Роль СМИ в условиях информационной глобализации. Понятие «глобальные СМИ». Монополия глобальных СМИ на конструирование мирового общественного мнения и формирование повестки дня. Понятие информации. Типы и виды информации. Свойства информации. Качественная и количественная теории информации.

Понятие журналистской информации. Журналистская информация как тип социальной информации, ее свойства и массовый характер. Семиотическая теория информации и журналистика. Прагматический, синтаксический и семантический аспекты семиотики текста. Прагматическая адекватность журналистского текста/информации. Условия информативности. Семантическая адекватность журналистского текста/информации. Синтаксическая адекватность журналистского текста.

Массовая информация как основное понятие журналистики. Формы существования и принципы подачи массовой информации. Массовая культура и массовая информация: жанры, виды и формы. Методы воздействия массовой информации. Типологические характеристики функций журналистики: идеологические, культурно-просветительские, рекламно-справочные, организационные, рекреативные и т.д. Система функций журналистики. Особенности реализации функций массмедиа в условиях современного информационного пространства.

3. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ

Структура информационного процесса. Понятие субъекта информационного процесса в медиа. Модели информационных процессов. Массовый коммуникационный процесс как один из типов информационного процесса. Тенденции развития информационных процессов в условиях информационного общества: взаимодействие первой и второй природы, движение информации, характер производства. Информация и творчество как главные факторы развития и существования новых систем информационного общества.

Мировой информационный процесс: монополизация, глобализация и концентрация в области печати. Империи новостей как форма существования средств массовой информации. Диджитализация и конвергенция как способы существования современной медиасферы. Типы информационных сообществ: сравнительная характеристика. Роль медиа в правовом государстве и гражданском обществе. Свобода массовой информации как общечеловеческая ценность.

Общие характеристики медиадетельности: системность, предметность, продуктивность, субъектный характер. Понятие «информационная политика», факторы ее формирования. Компетенции и компетентность специалиста медиасферы. Формирование социальной позиции в медиа: соотношение личного, общечеловеческого и группового. Свобода информации как научная категория; свобода, необходимость и ответственность. Цензура: исторические аспекты развития. Институт цензуры в России. Основные виды цензуры, процесс осуществления. Основные конституционные принципы деятельности СМИ. Свойства информации как объекта изучения: уровень фактов, событий, явлений.

Процессы, характерные для медиадетельности: информационные, коммуникационные, манипулятивные, творческие. Слагаемые творческой деятельности в медиа: характеристика субъекта, объекта, предмета творчества. Механизмы профессиональной деятельности в медиасфере: рациональный и интуитивный характер; типология методов творчества: методы познания и методы порождения текста; специфика использования эмпирических и теоретических методов познания; общие и специальные методы получения информации, конкретные приемы и методики, используемые в медиапрактике. Программа СМИ: основные направления и составляющие. Информационная политика СМИ: пропаганда, агитация и контрпропаганда. Формы реализации информационной политики. Профессиональные качества специалиста медиасферы. Основные виды результатов работы СМИ; эффективность и действенность - определение понятий; контроль действенности, факторы действенности. Понятие «деонтология». Гражданская ответственность специалиста медиасферы, авторское право, саморегулирование.

Примерные вопросы для подготовки к экзамену

1. История развития и трансформации медиасферы.
2. Медиакультура и ее разновидности.
3. Медиа́тэкст: основные признаки и родовые и видовые особенности.
4. Лингвосоциокультурные модели и полиинтенциональность медиатекста.
5. Парадигмы изучения медиатекста.
6. Автор в интенциональном поле медиатекста.
7. Лингвистическая этика в контексте коммуникации.
8. Феномен непрофессиональных средств массовой информации и коммуникации.
9. Способы потребления и создания медиатекстов.
10. Современные тенденции и векторы развития медиа, особенности трансформации традиционных средств массовой информации.
11. Предпосылки становления медиасферы как социального института: теоретические, естественно-научные, исторические.
12. Современный мир как глобальная коммуникационная система.
13. Роль СМИ в условиях информационной глобализации.
14. Функции средств массовой информации.
15. Понятие медиаобразованности современного человека.
16. Информация и дезинформация: критерии, особенности, реализация.
17. Массовая информация: формы существования и принципы подачи.
18. Типы и виды информации, свойства информации, качественная и количественная теории информации.
19. Массовый коммуникационный процесс как один из типов информационного процесса.
20. Тенденции развития информационных процессов в условиях информационного общества.
21. Диджитализация и конвергенция как способы существования современной медиасферы.
22. Система функций медиа и особенности реализации функций медиа в условиях глобального информационного пространства.
23. Требования к компетенциям и компетентности специалиста медиасферы.
24. Специфика деятельности в разных видах средств массовой информации и коммуникации.

Рекомендуемая литература:

а) основная:

1. Донских, А. Г. Журналистика и новейшие медиа в аспекте права, деонтологии и медиаобразования. Новые реалии / А. Г. Донских ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2020. – 121 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612171> (дата обращения: 24.02.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-3522-4. – DOI 10.18522/801274291. – Текст : электронный.
2. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов : [16+] / И. В. Кирия, А. А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 424 с. : ил. – (Учебники Высшей школы экономики). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753> (дата обращения: 24.02.2022). – Библиогр.: с. 401-414. – ISBN 978-5-7598-2116-8. – Текст : электронный.
3. Клушина, Н. И. Медиастилистика / Н. И. Клушина. – 2-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2019. – 184 с. – (Научные дискуссии). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611366> (дата обращения: 24.02.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9765-3899-3. – Текст : электронный.
4. Коханова, Л. А. Основы теории журналистики : учебное пособие / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 535 с. – (Медиаобразование). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117692> (дата обращения: 24.02.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01499-9. – Текст : электронный.
5. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / А. Г. Качкаева, С. А. Шомова, А. А. Мирошниченко, Е. Г. Лапина-Кратасюк ; под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 417 с. : схем. – (Учебники Высшей школы экономики). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471761> (дата обращения: 24.02.2022). – ISBN 978-5-7598-1189-3 (в пер.). — ISBN 978-5-7598-1663-8
6. Хорольский, В. В. Медийность текстов в средствах массовой коммуникации / В. В. Хорольский. – 3-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2020. – 243 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=563912> (дата обращения: 24.02.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9765-2468-2. – Текст : электронный.
7. Хорольский, В. В. Социокультурные аспекты глобализации масс-

медиа : [16+] / В. В. Хорольский. – 3-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2020. – 175 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=563913> (дата обращения: 24.02.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9765-2469-9. – Текст : электронный.

8. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник / Ф. И. Шарков. – 6-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 488 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621689> (дата обращения: 24.02.2022). – Библиогр.: с. 450-451. – ISBN 978-5-394-04366-6. – Текст : электронный.

б) дополнительная:

1. Владимирова, М. Б. Трансформация массового сознания под воздействием СМИ (на примере российского телевидения) / М. Б. Владимирова. – 2-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2016. – 144 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83084> (дата обращения: 24.02.2022). – ISBN 978-5-9765-1110-1. – Текст : электронный.
2. Зинченко, В. Г. Межкультурная коммуникация: от системного подхода к синергетической парадигме : учебное пособие : [16+] / В. Г. Зинченко, В. Г. Зусман, З. И. Кирнозе. – 3-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2021. – 223 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=79344> (дата обращения: 24.02.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-89349-472-3. – Текст : электронный.
3. Каменева, В. А. Теория коммуникации (прагматический аспект) : учебное пособие : [16+] / В. А. Каменева. – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2013. – 168 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232504> (дата обращения: 24.02.2022). – ISBN 978-5-8353-1529-1. – Текст : электронный.
4. Кириллова, Н. Б. Парадоксы медийной цивилизации: избранные статьи : сборник научных трудов / Н. Б. Кириллова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 453 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597870> (дата обращения: 24.02.2022). – ISBN 978-5-4499-1562-7. – DOI 10.23681/597870. – Текст : электронный.
5. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / А. Г. Качкаева, С. А. Шомова, А. А. Мирошниченко, Е. Г. Лапина-Кратасюк ; под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 417 с. : схем. – (Учебники Высшей школы экономики). – Режим доступа: по подписке. –

- URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471761> (дата обращения: 24.02.2022). – ISBN 978-5-7598-1189-3 (в пер.). — ISBN 978-5-7598-1663-8 (эл.). – Текст : электронный.
6. Сергеева, З. Н. Основы интегрированных коммуникаций : учебное пособие : [16+] / З. Н. Сергеева ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2016. – 91 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576518> (дата обращения: 24.02.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7782-2879-5. – Текст : электронный.
7. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 486 с. : ил – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112200> (дата обращения: 24.02.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01185-6. – Текст : электронный.
8. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 323 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684408> (дата обращения: 24.02.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04536-3. – Текст : электронный.
9. Шарков, Ф. И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 488 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573153> (дата обращения: 24.02.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03546-3. – Текст : электронный.
10. Шпаковская, С. В. Основы теории коммуникации : учебное пособие / С. В. Шпаковская, В. О. Шпаковский. – Пенза : Пензенский государственный университет, 2006. – 83 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=39417> (дата обращения: 24.02.2022). – Текст : электронный.
11. Ягодкина, М.В. Иванова, А.П., Слостушинская, М.М. Реклама в коммуникационном процессе. Издательство: Питер, Учебник для ВУЗов., 2014 г., - 304 с. ISBN 978-5-496-00398-8.

ТРЕБОВАНИЯ **к реферату по предполагаемой теме научного исследования** **для поступающих в аспирантуру ЛГУ им. А.С. Пушкина**

Для поступления в аспирантуру и при подготовке к сдаче вступительного экзамена по научной специальности необходимо подготовить реферат. С его помощью экзаменационная комиссия оценивает уровень знаний потенциального аспиранта.

Реферат представляется не позднее срока завершения приема документов в отдел аспирантуры и докторантуры на бумажном носителе и в электронном виде на адрес aspirantura@lengu.ru до 17.00 (Московского времени).

Цель написания реферата по предполагаемой **теме научного исследования**

1. Показать, что поступающий в аспирантуру имеет необходимые теоретические и практические знания по выбранной научной специальности.
2. Продемонстрировать соответствующий уровень владения основами научной методологии.
3. Продемонстрировать наличие самостоятельного исследовательского мышления
4. Продемонстрировать наличие определенного уровня знаний по предполагаемой теме научного исследования.

Реферат должен быть квалифицированной работой по научной специальности, выбранной поступающим.

Тема реферата определяется поступающим самостоятельно, исходя из темы предполагаемого научного исследования.

Требования к структуре реферата

Реферат должен быть написан научным языком.

Объем реферата должен составлять 20-25 стр.

Структура реферата:

- **Содержание.**
- **Аннотация** (3-4 абзаца).
- **Введение** (не более 3-4 страниц). Во введении необходимо обосновать выбор темы, ее актуальность, очертить область исследования, объект исследования, основные цели и задачи исследования, сформулировать выдвигаемые гипотезы, методологическую основу.
- **Основная часть** состоит из 2-3 разделов. В них раскрывается суть исследуемой проблемы, проводится обзор мировой литературы по предмету исследования, в котором дается характеристика степени разработанности проблемы и авторская аналитическая оценка основных теоретических подходов к ее решению. Изложение материала не должно

ограничиваться лишь описательным подходом к раскрытию выбранной темы. Оно также должно содержать собственное видение рассматриваемой проблемы и изложение собственной точки зрения на возможные пути ее решения.

- **Заключение** (1-2 страницы). В заключении кратко излагаются методы дальнейшего исследования (для эмпирических работ - методы сбора и анализа данных), а также предполагаемые научные результаты.

- **Список использованной литературы** (не меньше 15 источников) в алфавитном порядке, оформленный в соответствии с принятыми правилами. В список использованной литературы рекомендуется включать работы отечественных и зарубежных авторов, в том числе статьи, опубликованные в научных журналах в течение последних 3-х лет.

- Приложение (при необходимости).

Требования к оформлению

- текст с одной стороны листа;
- шрифт Times New Roman;
- кегль шрифта 14;
- межстрочное расстояние 1,5;
- поля: сверху 2,5 см, снизу - 2 см, слева - 3 см, справа 1.5 см;
- реферат должен быть представлен в сброшюрованном и электронном (на эл. почту отдела аспирантуры и докторантуры) виде;
- титульный лист оформляется в соответствии с образцом;
- библиографические ссылки, включенные в текст реферата, и библиографический список в конце работы должны быть составлены в соответствии с государственными требованиями к библиографическому описанию документа (см.: ГОСТ 7.1-2003 Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления).

Образец оформления титульного листа

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ
«Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина»

(указывается тема реферата)

Реферат поступающего в аспирантуру по научной специальности

(указывается шифр и наименование научной специальности)

Выполнил:
Фамилия, имя, отчество (полностью)
Дата, подпись