

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

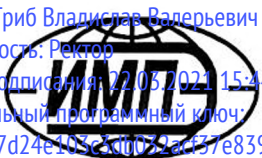
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 22.09.2020 15:44:58

Уникальный программный ключ:

637517d24e105c200072ac77e839d98ec1c5bb2f5eb89c29abfcd7f43985447



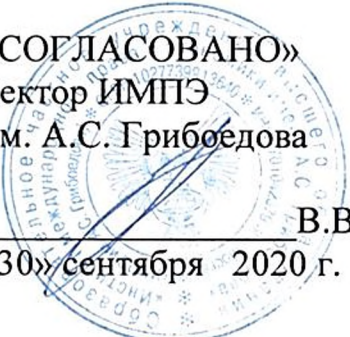
**Образовательное частное учреждение
высшего образования «Институт международного права
и экономики имени А. С. Грибоедова»**

«СОГЛАСОВАНО»

Ректор ИМПЭ
им. А.С. Грибоедова

В.В.Гриб

«30» сентября 2020 г.



«УТВЕРЖДЕНО»

Решением Ученого совета
Протокол №1

«30» сентября 2020г.

**ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ
В АСПИРАНТУРУ ПО СПЕЦИАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**по направлению подготовки 42.06.01
Средства массовой информации
и информационно-библиотечное дело
(направленность/профиль «Журналистика»)**

(уровень подготовки кадров высшей квалификации)

Москва – 2020

ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

В ходе вступительных испытаний приемная комиссия оценивает не только уровень знаний претендента, но и степень его теоретическую и практическую готовность к научной деятельности, но и степень интеллектуальной зрелости, социальной ответственности, самостоятельность и оригинальность мышления, творческий потенциал.

Программа вступительных испытаний включает в себя вопросы по всем основным разделам профессионального знания в соответствующей области гуманитарной науки. Подготовка к таким испытаниям требует не просто механического повторения сведений, полученных в вузе, а принципиальной систематизации материала, осмысления наиболее актуальных проблем различных граней журналистского творчества и смежных с журналистикой коммуникативных сфер. Иными словами, успешное прохождение вступительных испытаний в аспирантуру предполагает свободную ориентацию абитуриента в истории и теории журналистики, современных коммуникативных технологиях, в методике, психологии и социологии журналистского творчества и многих иных сферах журналистского знания, а также склонность к самостоятельным обобщениям и выводам, способность к постановке и решению профессиональных творческих задач.

По итогам испытаний комиссия выставляет отметку, комплексно отражающую готовность абитуриента к освоению аспирантских программ.

Поступающий в аспирантуру по направлению «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело» должен

знать:

историю журналистики и СМИ; современные теоретические основы функционирования СМИ;

уметь:

использовать на практике приемы воздействия на аудиторию СМИ; критически анализировать учебную и учебно-методическую литературу; создавать компиляции из уже имеющихся учебных материалов, дополняя их собственными творческими работами; самостоятельно разрабатывать планы ведения занятий с учетом целей, задач и перспективы образовательного процесса;

владеть:

основами методов анализа СМИ; различными приемами создания эффективной и грамотной речи для достижения обучающимися прагматической цели написания и проговаривания текстов.

СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ВСТУПИТЕЛЬНЫМ ИСПЫТАНИЯМ

Раздел I. ИСТОРИЯ ЗАРУБЕЖНОЙ И ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Тема 1. Пражурналистские явления

Ораторское мастерство как прообраз публицистической деятельности. Злободневность и политические явления в речах ораторов Греции и Рима. Публицистические грани античной историографии и эпистолографии. Прообразы газет в древнем Риме («Acta Senatus», «Acta diurnal populi Romana»).

Развитие публицистики в западноевропейской средневековой культуре. Риторика раннехристианских проповедей. Политические мотивы в эпосе и историографии Средневековья. Публицистические элементы в поэзии XII–XIV вв. Публицистика М. Лютера, Т. Мюнцера, У. Фон Гуттена. Начало публицистики Возрождения.

Изобретение книгопечатания в XV веке. Календари. Возникновение первых периодических изданий.

Тема 2. Зарубежная журналистика XVII–XVIII веков

Становление и развитие журналистики во Франции. Авторитарная теория журналистики. «La Gazette» – первая еженедельная газета: основные жанры и методы распространения. Публицистика Просвещения. Творчество Вольтера, Ж.-Ж. Руссо, Д. Дидро. Журналистика Великой французской революции (Марат, Робеспьер, Бабеф). Формирование концепции свободы журналистики.

Политическая журналистика в Англии XVII–XVIII вв. Зарождение лозунга «свободы печати». Дж. Мильтон. Pamфлетная публицистика английской революции XVII в. Политические партии XVIII в. и их пресса. Публицистика Д. Дефо и Дж. Свифта.

Публицистика североамериканской войны за независимость. Американская концепция свободы печати. Ведущие американские публицисты эпохи.

Тема 3. Зарубежная журналистика XIX века

Влияние прогресса на издательское дело. Появление информационных агентств. Развитие ежедневной прессы. Газеты элитарные и массовые, утренние и вечерние, столичные и провинциальные. Развитие журнального дела. Специализированная периодика. Печать и политические партии. Сатирическая журналистика. Реклама в прессе.

Французская печать XIX в. Печать Консульства и Империи. Ведущие публицисты эпохи. Парижская коммуна и печать. Э. Золя – публицист и «Дело Дрейфуса».

Печать Англии XIX в. Типологии английской прессы. Политическая пресса. Развитие качественной и массовой журналистики. Чартистская печать. Публицистика Дж. Гарни. Ч. Диккенс и У. Теккерей как журналисты.

Немецкая журналистика XIX в. Развитие политической прессы. К. Маркс и лозунг свободы печати. Революция 1848 г. «Рейнская газета» и «Новая рейнская газета». К. Маркс и Ф. Энгельс – публицисты. Развитие социалистической и социал-демократической прессы.

Американская печать XIX в. и тенденции ее развития. Появление «желтой прессы».

Тема 4. Зарубежная журналистика первой половины XX века

Деление прессы на качественную и массовую: критерии и типы. Возникновение радиовещания. Публицистика в документальном кино.

Первая мировая война и журналистика. Государственные службы военной пропаганды. Выход СМИ за национальные рамки и основные векторы развития публицистических жанров. Научные исследования в области теории журналистики.

Пресса Запада о революционной России. Дж. Рид и его публицистика. Зарубежные писатели о Советском Союзе. Демократическая, социал-демократическая, антифашистская пресса. Печать Коминтерна. Репортажи Э.Э. Киша.

Фашистская печать и нацистская теория журналистики. Система пропаганды и развитие методов манипуляции. Журналистика Запада в годы Второй мировой войны. Понятие радиовойны. Подпольная печать Сопротивления.

Тема 5. Зарубежная журналистика второй половины XX века

Журналистика в послевоенное десятилетие и технологическое развитие СМИ. Включение в систему СМИ телевидения. Политические, экономические и социокультурные факторы развития СМИ. Проблемы рекламы в СМИ. Возникновение и развитие транснациональных корпораций. СМИ в условиях «холодной войны» и доктрин «нового информационного порядка» и «права на информацию (коммуникацию)».

Журналистика стран Восточной Европы после 1945 г. Создание системы СМИ социалистических стран после Второй мировой войны. Особенности функционирования СМИ социалистических стран (Польша, Румыния, Чехословакия, Венгрия, Болгария и др.).

Журналистика в США: ведущие теории прессы, издания и журналисты. Особенности американского телевидения. Война во Вьетнаме и американские СМИ. Расследовательская журналистика и «Дело Уотергейта».

СМИ Великобритании. Типология английской прессы. Особенности концентрации в сфере английских СМИ. Общественное и коммерческое телевидение и радиовещание. Би-би-си.

СМИ Франции. Печать IV и V Республик.

СМИ Западной Германии (1945–1985). Качественная и массовая пресса ФРГ. Создание новой правовой системы для СМИ после образования ФРГ. Основные пресс-корпорации.

Тема 6. Зарубежная журналистика конца XX века

Особенности развития СМИ в конце XX в. СМИ и распад СССР. Окончание «холодной войны». Преобразования в Центральной и Восточной Европе и пресса. Новые условия функционирования СМИ на постсоветском пространстве.

Глобализация в сфере массовой информации. Развитие сети Интернет. Новые технологии и интерактивные формы деятельности в СМИ. СМИ и информационное общество. Мультимедиаизация журналистики. Основные тенденции и проблемы развития СМИ в новых социально-политических, экономических, идеологических, технологических условиях.

СМИ в США. Основные информационные группы и концепции.

СМИ Западной Европы. Особенности функционирования прессы, радио, телевидения и кибержурналистики в Великобритании, Германии, Италии, Франции.

Тема 7. Зарождение русской журналистики

Предыстория и предпосылки формирования публицистики в России. Публицистические факторы религиозно-политической полемики. Первые светские публицисты. Публицистика народных движений XVII века.

XVIII век – время зарождения русской журналистики. Первые периодические издания. «Ведомости» (1702–1727). Ломоносов и научная журналистика. «Трудодобивая пчела» (1859) А.П. Сумарокова – первый русский частный журнал.

Тема 8. Русская журналистика второй половины XVIII века

Русская периодическая печать в «век Екатерины». Сатирические журналы Н.И. Новикова. Журналы Московского университета. Сатирическая публицистика Д.И. Фонвизина. Публицистика А.Н. Радищева. Издательская деятельность Н.М. Карамзина. Журналы И.А. Крылова. Состояние отечественной периодической печати к концу XVIII в.

Тема 9. Русская журналистика первой трети XIX века

Общественно-политическая и литературная жизнь России. «Вестник Европы» при Н.М. Карамзине и после него. Издания «Вольного общества любителей русской словесности, наук и художеств». Журналистика периода Отечественной войны 1812 года. «Сын Отечества» Н.И. Греча. Литературные общества и объединения и их издания после Отечественной войны. Декабристы и журналистика. «Полярная звезда» А.А. Бестужева и К.Ф. Рылеева (направление альманаха, структура, жанры). Нелегальная публицистика декабристов. «Мнемозина» и «Северные цветы» (издатели и авторы).

Журналистика второй половины 1820–1830 гг. Правительственные мероприятия в области печати и цензурная политика. Формирование «журнального триумvirата». Тенденции развития «Северной пчелы» Ф.В. Булгарина, «Сына Отечества» Н.И. Греча и «Библиотеки для чтения» О.И. Сенковского. Становление энциклопедизма в журналистике, формирование типа «толстого журнала». Издания «Московский вестник»; «Московский телеграф» Н.А. и К.А. Полевых; «Телескоп» и «Молва» Н.И. Надеждина; «Московский наблюдатель». Начало публицистической деятельности В.Г. Белинского (статьи 1830-х гг.).

Журналистская деятельность А.С. Пушкина. Участие в российских изданиях и попытки создать собственный печатный орган. «Современник» в 1836 г. и после смерти А.С. Пушкина.

Тема 10. Русская журналистика 1840-х годов

Активизация общественной мысли эпохи. Западничество и славянофильство. Консервативно-монархические издания и журналистика славянофилов.

«Отечественные записки» А.А. Краевского (позиция в полемике по общественно-политическим и литературным вопросам, структура, состав авторов). В.Г. Белинский в «Отечественных записках». Начало издательской и редакторской деятельности Н.А. Некрасова. «Современник» Н.А. Некрасова и И.И. Панаева (1847–1848 гг.); участие в журнале В.Г. Белинского и А.И. Герцена.

Периодическая печать России в период «мрачного семилетия» (1848–1854). Судьба демократических и либеральных изданий.

Тема 11. «Вольная русская пресса» за границей

Публицистика А.И. Герцена в эмиграции. Создание им «Вольной русской типографии». Издательская и журналистская деятельность А.И. Герцена и Н.П. Огарева. «Полярная звезда» и «Колокол». Социально-политическая позиция изданий и отношения с отечественной демократией. «Былое и думы» А.И. Герцена.

Тема 12. Русская журналистика 1860-х годов

Шестидесятые годы – эпоха реформ. Общественно-политический кризис. Цензурная политика правительства.

Развитие революционно-демократических тенденций в журналистике. «Современник»: идейно-творческое направление, структура, судьба издания (перемены и новая редакция). Н.Г. Чернышевский и Н.А. Добролюбов в журнале. Публицистика М.Е. Салтыкова-Щедрина. «Русское слово» Г.Е. Благодетель как орган разночинной демократии. Критико-публицистическая деятельность Д.И. Писарева. Полемика между «Современником» и «Русским словом». Закрытие журналов (1866 г.).

Сатирические и юмористические издания 1860-х гг. «Искра» В.С. Курочкина и Н.А. Степанова. «Гудок» Д.Д. Минаева. «Будильник» Н.А. Степанова.

Либеральная журналистика 1860-х гг. «Русский вестник» (общественно-литературная позиция, структура, состав авторов). Публицистика М.Н. Каткова и К.Н. Леонтьева. Издания славянофилов. «Русская беседа» А.И. Кошелева. Газеты «Молва» К.С. Аксакова и «Парус» И.С. Аксакова. «День» и другие издания И.С. Аксакова.

«Почвеннические» издания братьев М.М. и Ф.М. Достоевских «Время» и «Эпоха»: идейное направление и круг авторов.

Рост влияния газет на общественное мнение.

Тема 13. Русская журналистика 1870-1890-х годов

Пореформенная эпоха: социально-экономические перемены и идейные течения. Основные направления развития журналистики: консервативное, либеральное, демократическое, народническое.

«Отечественные записки» (1868–1884) Н.А. Некрасова и М.Е. Салтыкова-Щедрина (общественно-политическая позиция издания, структура, состав сотрудников). Ведущие публицисты и литературно-художественные критики журнала. Публицистика М.Е. Салтыкова-Щедрина, Н.К. Михайловского.

«Дело» (1866–1888) Г.И. Благодетель. Традиции и направление журнала; участие в нем народников. Своеобразие содержания и структуры. Публицистика Н.В. Шелгунова. Газета «Неделя» (1866–1901): направление издания и круг авторов.

Заграничные и нелегальные народнические издания. Бесцензурная печать («Народное дело» М. Бакунина, «Вперед» П.Л. Лаврова, «Набат» П.Н. Ткачева и др.). Нелегальная народническая пресса в России: «Начало», «Земля и воля» и др. Рабочий вопрос в народнической прессе. Первые выступления марксистов в легальной прессе. Публицистика Г.В. Плеханова. Начало публицистической деятельности В.М. Ульянова (Ленина). Издательская деятельность группы «Освобождение труда».

Либеральное и консервативное направление в отечественной прессе. Издания М.Н. Каткова, В.П. Мещерского. «Дневник писателя» Ф.М. Достоевского.

«Вестник Европы» (1866–1918). Структура издания, своеобразие публицистики. Круг авторов и литературных критиков; полемика журнала с консервативными и демократическими изданиями. Произведения И.С. Тургенева, И.А. Гончарова, А.Н. Островского, М.Е. Салтыкова-Щедрина.

«Русская мысль» (1880–1918) под редакцией В.А. Гольцева. Идеиное направление и круг авторов. Произведения Г.И. Успенского, А.П. Чехова, В.Г. Короленко, В.М. Гаршина, Н.С. Лескова и др. «Северный вестник» (1885–1898): состав редакции и круг авторов. Участие Н.К. Михайловского в издании.

Журнально-публицистическая деятельность А.П. Чехова. Работа в юмористических изданиях. Сотрудничество в газете А.С. Суворина «Новое время», журнале «Северный вестник»; переход в «Русскую мысль».

«Русское богатство» (1876–1918) – центральный орган народничества. Журнал как артельное издание. Публицистика и литературная критика Н.К. Михайловского. Публицистика В.Г. Короленко. Публикация в журнале произведений В.Г. Короленко, Д.Н. Мамина-Сибиряка, В.В. Вересаева, И.А. Бунина, А.И. Куприна, М. Горького.

Консервативные газеты: «Московские ведомости» М.Н. Каткова, «Гражданин» В.П. Мещерского. Либерально-демократическая газета «Русские ведомости» (1863–1917); ее место в газетной прессе конца XIX – начала XX века. Крупные ученые и писатели в газете. «Санкт-Петербургские ведомости» В. Корша. «Голос» А.А. Краевского.

Новые черты в развитии прессы в 1870–1890-е годы. Создание телеграфных агентств. Первые рабочие газеты. Рост провинциальной прессы. Начало журналистской деятельности М. Горького.

Тема 14. Русская журналистика начала XX века

Консервативные, либеральные народнические и оппозиционные издания эпохи. Журнал и газета в системе прессы. Типы газет. Крупнотиражная газета «Русское слово»: создание И.Д. Сытиным, направление, круг сотрудников (В.М. Дорошевич, В.А. Гиляровский и другие). Издательское дело А.С. Суворина.

Судьба старых «толстых» журналов («Вестник Европы», «Русское богатство», «Русская мысль»). Своеобразие вновь созданных («Мир божий», «Журнал для всех» и др.). Научно-популярные еженедельники. Сатирические журналы. Развитие иллюстрированных еженедельных журналов («Нива» и др.). Издания, представляющие новые идейно-философские и эстетические искания русской интеллигенции: «Мир искусства», «Весы», «Золотое руно», «Аполлон» и др.

Изменения в русской журналистике после 1905 г. Многопартийность и «беспартийность» в журналистике. Русская пресса в период Первой мировой войны. Газета «Русская воля», участие в ней Л. Андреева.

Февральская революция 1917 г. и изменения в структуре журналистики. Политика новой власти в области печати после Октябрьской революции 1917 года. Судьба русских периодических изданий и их издателей.

Тема 15. Журналистика первого советского десятилетия

Утверждение однопартийной («партийно-советской») журналистики. Центральные издания («Правда», «Известия», «Беднота»). Дифференциация прессы («Комсомольская правда», «Труд»). Развитие региональных СМИ, изданий для разных слоев аудитории. Формирование журнальной периодики. Книгоиздание. Агитпоезда и агитпароходы.

Становление информационных служб. РОСТА (с 1918 г.) и его роль. Возникновение и развитие радиовещания. Съезды журналистов; подготовка журналистских кадров. Рабселькорское движение.

Своеобразие деятельности прессы в период «военного коммунизма». Тематика и идеологическое наполнение публикаций по различным вопросам жизни общества. Печать и внутрипартийная борьба. Ленин – публицист.

Журналистика в период Гражданской войны на территориях, занятых войсками белого движения. Журналистика русской эмиграции после окончания Гражданской войны. Ведущие публицисты советской (А.С. Серафимович, Л.М. Рейснер и др.) и эмигрантской журналистики «первой волны» (Ю.О. Мартов, П.Б. Струве, В.М. Чернов). Публицисты «сменовеховского» движения.

Тема 16. Отечественная журналистика конца 1920-х и в 1930-е годы

Положение и деятельность СМИ в ходе усиления тоталитарного режима в стране. Структура прессы. Развитие книгоиздания. Работа радиовещания. Проявления оппозиции сталинскому режиму в публицистике Н.И. Бухарина; «Открытое письмо Сталину» Ф.Ф. Раскольников. Издания для журналистов и рабселькоров.

Отражение в журналистике трудового энтузиазма масс. Горьковские издания «Наши достижения», «СССР на стройке» и др. Освещение политических процессов по делам «врагов народа». Освещение вопросов внешней политики в условиях наступления фашизма.

Журналистика русского зарубежья разных направлений. Публицистика Н.А. Бердяева, Л.Д. Троцкого и др.

Тема 17. Советская журналистика в годы Великой Отечественной войны

Перестройка печати в условиях военного времени. Характер радиовещания. Деятельность Совинформбюро в стране и за рубежом. Новые военно-политические издания. Публицистическая деятельность К. Симонова, Б. Горбатова, И. Эренбурга, А. Толстова, А. Фадеева, М. Шолохова.

Тема фронта и тыла в СМИ. Материалы с оккупированных территорий. Подпольная и партизанская печать. «Окна ТАСС». Освещение деятельности антигитлеровской коалиции.

Русская зарубежная пресса о войне и жизни в стране.

Тема 18. Отечественная журналистика первого послевоенного десятилетия

Формирование послевоенной структуры журналистики. Развитие радиовещания и телевидения. Книгоиздание. Подготовка журналистских кадров и издания для журналистов.

Роль журналистики в восстановлении народного хозяйства. Идеологические кампании в области культуры, образования, медицины. Газета «Культура и жизнь». Преследование «инакомыслия» в различных сферах жизни общества. Развитие популяризации научных знаний.

Международная информация в условиях «холодной войны». Формирование «образа врага» и освещение жизни «социалистического лагеря». Проблема «лакировки действительности» в произведениях советских публицистов. Роль «деревенской публицистики» В. Овечкина, Е. Дороша, Г. Троепольского и других авторов в формировании адекватного взгляда на жизнь села.

Тема 19. Советская журналистика 1950–1980-х годов

Значение XX съезда КПСС (1956) для развития общества и журналистики. Хрущевская «оттепель» и отражение ее процессов в СМИ. Создание Союза журналистов СССР. Изменение структуры журналистики и возникновение новых изданий.

Газета «Известия» при А. Аджубее. «Комсомольская правда» при Б. Панкине. Роль названных изданий и обновленной «Литературной газеты» в развитии самосознания общества. Деятельность Гостелерадио по развитию телевидения и радиовещания. Информационные агентства.

Тематика советских СМИ. Материалы на внутриэкономические темы. Динамика культурной политики. Пропаганда успеха космических программ. Освещение проблем международной жизни (Карибский кризис, «еврокоммунизм», тема деятельности международных организаций – ООН, ЮНЕСКО и др.).

СМИ в эпоху «застоя» при Л.И. Брежнев. Проблема преувеличенного восхваления успехов страны. Развитие и проявления диссидентского движения. Формирование нелегального «самиздата». Журналистика эмиграции «второй волны». «Континент», «Посев», «Грани». Вещание зарубежных радиостанций («Свобода», «Голос Америки» и др.). Предперестроечная публицистика А. Аграновского, Ю. Черниченко, А. Стреляного, В. Пескова, Г. Радова и др.

Провозглашение концепции перестройки (М.С. Горбачев, А.Н. Яковлев) и переход к гласности и «социалистическому плюрализму». Преобразования в системе и деятельности традиционных СМИ, трансформация идеологических журналов. Фактическая ликвидация цензуры. Закон «О печати и других средствах массовой информации» (1990). Создание негосударственных информационных агентств («Интерфакс», «Постфактум» и др.). Организация телемостов, отмена препятствий в распространении зарубежных изданий. Формирование и развитие независимых СМИ (газета «Коммерсант», радио «Эхо Москвы» и др.). Роль «Московских новостей» (Е. Яковлев), «Независимой газеты» (В. Третьяков), «Огонька» (В. Коротич), «Аргументов и фактов» (В. Старков), обновленных «толстых» журналов в формировании «нового мышления».

Возрождение церковно-религиозной массовой прессы. Трансляция по РВ и ТВ Съездов народных депутатов с выступлениями А.Д. Сахарова, Ю.Н. Афанасьева и др. Дискуссионные клубы в СМИ. Публицистика Ч. Айтматова, В. Белова, С. Залыгина, В. Распутина, В. Селюнина и других. Сборники политической публицистики «Иного не дано», «Если по совести». Нарастание кризисных явлений и требование коренных перемен в обществе.

Тема 20. Журналистика Российской Федерации

Политическая борьба вокруг судьбы СССР. События 1991–1993 гг. и отражение их в журналистике. Бело-вежская встреча, денонсация договора о создании СССР и формирование на постсоветском пространстве независимых государств. Закон «О средствах массовой информации» и другие документы, касающиеся функционирования СМИ в формирующемся демократическом обществе.

Формирование прессы вновь создаваемых партий. Создание и деятельность новых государственных каналов информации. Новая типология СМИ. Трансформация ряда ведущих изданий. Создание медиахолдингов. Повышение роли телевидения и «персонифицированное» ТВ (В. Познер, Т. Миткова, М. Леонтьев, С. Шустер, Л. Млечин, Н. Сванидзе и др.). Развитие «глянцевого» журналистики и новые журналы. Качественная и «желтая» пресса.

Деятельность Судебной палаты по информационным спорам, Союза журналистов, Фонда защиты гласности, других журналистских объединений. Проблема законодательного и этического регулирования СМИ. Проблема сохранения независимости СМИ от капитала, давления коррупции и т. д.

Политическая борьба в журналистике вокруг основных проблем реформирования общества. Обострение информационной борьбы, переходящей в «информационные войны» в периоды парламентских и президентских выборов.

Электронная и интерактивная журналистика. Развитие сети Интернет. Типология интернет-изданий. Выход российской журналистики в мировое информационное пространство. Преобразование инноваций. Зарубежная пресса (на русском и зарубежных языках), доступная российскому читателю. Участие зарубежных медийных корпораций в российской журналистике (инвестиции, совместные проекты, перепечатки и др.). Проблемы, связанные с вхождением российских СМИ в мировое информационное пространство.

Характеристика современных тенденций развития СМИ в начале XXI в. Осмысление наиболее актуальных проблем российской журналистики.

Раздел II. ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Тема 21. Журналистика в современном мире

Журналист и журналистика в информационном обществе. Изменения в структуре и характере деятельности СМИ. Основные проблемы современного развития системы СМИ. Новые подходы к типологизации СМИ. Трансформация теоретических представлений о СМИ и учет практического опыта.

Журналистика как предмет изучения. Система основных категорий теории журналистики. Теория журналистики как фундамент современного журналистского образования. Различные теории и модели деятельности прессы.

Журналистика как сфера массово-информационной деятельности. Многозначность термина «информация». Научное значение понятия. Массовая и специальная информация. Виды информации в журналистском тексте. Проблема информационной насыщенности текста; условия и факторы информативности. Информация и дезинформация. Понятие «информационное пространство». Критерии единства информационного пространства. Проблема глобализации СМИ. Макросистема СМИ. Мировые массово-информационные сети.

СМИ как «четвертая власть». Отношения с «первой», «второй», «третьей» и другими ветвями власти в обществе. Медиакратия (проблема «сверхвласти» журналистики) и медиадемократия. СМИ и информационный порядок в обществе. Проблема конструктивного диалога между отдельными СМИ, СМИ и властью, СМИ и аудиторией. Государственная политика в области СМИ. Государственный и общественный контроль в сфере СМИ. Законодательство и другие нормативные документы в области СМИ. Проблема обеспечения массово-информационной безопасности. Социальные типы СМИ (государственные, частные, общественные), принципы их деятельности и взаимодействия.

Проблема свободы печати в современном обществе. Концепции свободы СМИ (авторитарная, полная, ответственная). Юридический и этический аспекты свободы СМИ. Права и обязанности СМИ. Проблема цензуры и государственного контроля деятельности СМИ в современном обществе. Политический и экономический аспекты свободы и независимости СМИ.

Тенденции развития отечественной системы СМИ.

Тема 22. Функции журналистики. Действенность и эффективность СМИ

Объективное предназначение СМИ и субъективное целеполагание журналиста. Цепочка «цель – средства – деятельность – результат» в журналистике. Система функций журналистики. Взаимоотношения коммуникативной, идеологической, непосредственно организаторской, культуроформирующей, рекламно-справочной, рекреативной и иных функций.

Журналистика и массовое сознание. Отношения «журналистика – общественное мнение», «журналистика – социальные институты». Взаимосвязь журналистики с другими областями современной коммуникативной деятельности.

Проблема действенности и эффективности журналистики. Понятие результативности журналистской деятельности. Условия и факторы результативности. Законодательное регулирование действенности выступлений СМИ. Эффективность работы СМИ как результат знаний об аудитории. Механизмы эффективности. Повышение авторитета СМИ и доверия к ним со стороны аудитории.

Тема 23. Личность журналиста

Журналист как творческая личность. Черты и структурные элементы творческой личности. Ядро личности: склонности – способности – социальная позиция. Склонности как специфическая система мотиваций. Выбор профессии и иерархия мотивов выбора. Способности и их совокупность. Уровень способностей. Пути развития способностей. Социальная позиция журналиста как система общественно-политических ориентиров и содержательная основа реализации склонностей и способностей. Многообразие возможных позиций в плюралистическом обществе; «частное» и «общее» в социальной позиции журналиста. Социальная позиция как система принципов. Выбор, формирование и развитие социальной позиции.

Совокупность личностных качеств журналиста-профессионала (интеллектуальных, креативных, психологических и т. д.). Система профессиональных знаний журналиста. Энциклопедизм общей подготовки и специально-журналистская подготовка к профессии. Накопление профессионального опыта через практическую деятельность.

Тема 24. Система СМИ. Специфика различных каналов массовой информации

Использование в СМИ различных средств коммуникационной техники. Печатные СМИ: газеты, журналы, альманахи, еженедельники и т. д. Специфика прессы как носителя информации и различных разновидностей печатных СМИ; их «плюсы» и «минусы». Специфика функционирования прессы в эпоху электронных СМИ и прогнозы ее развития. Радиовещание; его специфические возможности и развитие. Телевидение и разнообразие использования его творческих возможностей. Мультимедиа. Кибержурналистика в сети Интернет. Специфика электронных версий газет и сетевых СМИ.

Современная инфраструктура СМИ. Агентства и другие производители печатной, аудио- и видеoinформации. Пресс-службы организаций и ведомств. Рекламные организации. Службы Паблик Рилейшнз. Независимые журналисты (free lance) и внештатные сотрудники (stringers).

Типологические особенности изданий и программ РВ и ТВ. Микросистема СМИ: совокупность изданий и программ, к которым обращается конкретная аудитория (на уровне личности, семьи, малой группы и т. д.). Информационные «ниши» и понятие «формата». Конъюнктура на рынке средств массовой информации. «Издательские дома», медиахолдинги и другие объединения СМИ («империи СМИ»). Открытость и динамика развития системы СМИ. Влияние технологических факторов на развитие различных каналов массовой информации. Проблемы современного рынка информации и их влияние на формирование структуры системы средств массовой информации.

Тема 25. Структура системы СМИ

Понятие «системы средств массовой информации» как сложной совокупности изданий и программ, информационных служб, а также управленческих структур, технических служб, органов распространения и других организаций инфраструктуры СМИ. Типоформирующие факторы различных СМИ: идейно-творческое направление, проблемно-тематическое содержание, регион распространения и т. д. Мировые и континентальные СМИ (CNN, Euronews и др.), общенациональные, региональные, местные СМИ. Универсальные (общественно-политические) и специализированные (по тематике, аудитории и т. д.) СМИ. Качественные и массовые СМИ. Развлекательные и рекламно-информационные СМИ. Специфика СМИ по учредителю/владельцу: государственные, ведомственные, частные, партийные, СМИ научных, культурных, просветительских организаций, издания некоммерческих организаций (СМИ «третьего сектора»).

Проблема взаимодействия СМИ. Взаимоотношения печати, радио, телевидения, сетевых СМИ. Взаимодополнение и соревнование на рынке информации. Взаимодействие СМИ на макро- и микроуровнях. Виды взаимодействия: политическая борьба, конкуренция, кооперация, диалог. Информационные «поля» различных СМИ. Условия и факторы формирования оптимального информационного пространства для различных типов аудитории.

Тема 26. Организация работы современной редакции

Понятие редакционного коллектива и проблемы его формирования. Типы учредителей и порядок учреждения СМИ. Специфика организации деятельности различных каналов СМИ, агентств, пресс-служб и т. д. Редакционный устав. Структура редакции: журналистско-творческие, организационные, коммерческие и технические звенья.

Правовые основы управления редакционным коллективом. Взаимоотношения «учредитель/владелец – главный редактор (продюсер) – редколлегия (дирекция) – отделы – сотрудники». Стили управления: авторитарный, либеральный, демократический. Методы управления: административные, экономические, этические. Социально-психологический климат в коллективе. Планирование деятельности редакции. Основные проблемы редакционного менеджмента (взаимодействие вертикальной и горизонтальных структур коллектива; проблема лидерства; банки документов; мотивация сотрудников; потоки внутриредакционной информации и т. д.).

Экономические основы редакционного менеджмента. Журналистская информация как товар. Проблема собственности в информационном бизнесе. Финансовая политика редакции. Источники финансирования СМИ.

Маркетинговая составляющая редакционного менеджмента. Служба маркетинга и маркетинговые исследования издания. Проблемы изучения информационного рынка. Изучение аудитории как потребителей. Позиционирование СМИ как определение собственной «ниши» на рынке. Продвижение (промоушн) СМИ на рынок. Рекламные и PR-кампании в деятельности СМИ.

Информационная (редакционная) политика СМИ. Определение направления издания. Поиск собственной аудитории. Взаимоотношения с различными секторами общества (государственными институтами, общественными объединениями и т. д.). Идеологическая, культурная, рекламная политика. Модель издания и структура номера. Виды материалов, редакционные акции, журналистские кампании, работа с авторами и поступающими в редакцию текстами. Изобразительные материалы (иллюстрирование) СМИ. Работа над заголовками и заголовочными комплексами.

Тема 27. Журналистское творчество и специфика авторской деятельности в журналистике

Понятие творчества. Многообразие форм журналистского авторского творчества. Профессионализм: технологический уровень, искусство, мастерство. Понятие журналистской специализации и возможности выбора собственного тематического, проблемного, жанрового, стилевого «поля». Общегуманитарные и профессиональные знания как основа журналистского творчества. Палитра творческих методов журналистики.

Журналист как член редакционного коллектива. Совокупность профессиональных обязанностей. Индивидуальное творчество и информационная политика СМИ. Мера творческой независимости журналиста. Различные формы редакторского вмешательства в авторский текст. Творческие конфликты в редакции. Способы отстаивания творческой индивидуальности (совместная работа с редактором над текстом, отказ от подписи, запрет публикации и т. д.). Этические проблемы работы над текстом.

Тема 28. Журналистский текст и работа над ним

Понятие текста. Журналистский текст в современной культуре: структура и специфика. Факторы порождения журналистского текста (актуальность, запрос аудитории и т. д.). Тема и проблема произведения. Идея

журналистского текста. Жанровое воплощение, композиция, стиль произведения. Рационально-логические, художественно-изобразительные и эмоционально-выразительные средства работы над текстом.

Эмпирические методы получения информации в ходе работы над текстом. Документальные материалы и их получение. Работа с документами. Наблюдение и его формы; правила поведения журналиста при наблюдении. Запрещенные приемы в процессе наблюдения. Методы опроса. Фокус-группа, репрезентативное интервью, анкетирование и другие формы опроса. Беседа и ее правила. Возможности метода журналистского эксперимента. Использование технических средств при сборе, первичной обработке и хранении полученной информации.

Интерпретация полученной информации и подготовка текста. Определение полноты и достоверности полученных сведений. Формирование замысла. Творческие гипотезы.

Тема 29. Варианты жанрового воплощения журналистского текста

Жанровая структура газет и журналов различных типов, программ ТВ и РВ, сетевых СМИ. Специфика и жанровая структура публицистики. Современная журналистика новостей. Репортажные (событийные, новостные) жанры. Творческие средства новостной журналистики. Структура новости. Жанровые формы: заметка, отчет, репортаж, интервью.

Аналитические жанры публицистики. Социальная проблема как предмет изложения и анализа. Постановка и пути разработки проблемы в журналистике. Жанровые формы: корреспонденция, комментарий, обзор, статья, рецензия.

Художественно-публицистические жанры. Личность как предметная основа очерковых жанров. Жанровые особенности очерка, зарисовки, фельетона. Малые юмористические и сатирические жанры. Художественно-выразительные средства данных жанров публицистики.

Тема 30. Основы медиасоциологии

Социологическое знание и возможности его использование в СМИ. Значение социологического знания для журналистики. Сотрудничество СМИ с социологическими службами. Специальные социологические службы в СМИ. Способы контроля надежности информации.

Понятие социологии журналистики. Медиаметрические исследования аудитории. Система СМИ, массивы текстов, письма читателей и другие аспекты журналистики как объект социологических исследований. Качественные (фокус-группы, встречи с представителями аудитории и т. д.) и количественные (опросы, анкетирование, контент-анализ и др.) методы социологических исследований в журналистике. Проблема репрезентативности полученных сведений. Использование социологической информации для оптимизации деятельности СМИ.

Тема 31. Основы медиапсихологии

Психологический подход к изучению аудитории. Методы исследования ее потребностей, интересов, ценностей и т. д. Построение психологического профиля желаемой аудитории. Психологические методики внушения, убеждения, манипуляции и их использование в СМИ. Проблема и критерии психологической безопасности информации для ее потребителей.

Психологические механизмы восприятия журналистской информации. Психологический портрет (имидж) современного журналиста. Психологическое самопознание и самокоррекция журналиста. Журналист в экстремальной ситуации. Психологическая служба редакции.

Тема 32. Правовые и этические нормы журналистской деятельности

Журналистика как область правового регулирования. Юридические проблемы свободы СМИ и журналистской деятельности (нормирование доступа к информации, охраняемые Законом тайны и т. д.). Юридические нормы создания СМИ (учредительские документы при регистрации органа СМИ). Правовые проблемы интернет-журналистики. Регулирование и контроль деятельности СМИ.

Основные проблемы российского законодательства о СМИ. Правовые отношения: СМИ – социальные институты, СМИ – аудитория, СМИ – частная жизнь граждан. Недопустимость злоупотребления свободой слова. Защита чести, достоинства и деловой репутации. Законодательство о деятельности СМИ в ходе избирательных кампаний. Авторское право и интеллектуальная собственность в журналистике.

Понятия этики, морали и нравственности. Отличие этических норм от законодательных. Этические стороны профессионального сознания. Основные этические коллизии современной журналистики. Принципы этического поведения журналиста и их фиксация в различных кодексах. Основные направления этических отношений: «журналист – социальные институты», «журналист – аудитория», «журналист – источник информации», «журналист – герой произведения», «журналист – автор материала», «журналист – редактор», «журналист – коллеги по редакции и сотрудники других СМИ». Проблема и причины этических конфликтов в редакции. Допустимые и недопустимые методы сбора информации. Этические коллизии, возникающие на различных стадиях подготовки журналистского материала. Ведущие проблемы этического регулирования отечественной журналистики.

Раздел III. РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ЖУРНАЛИСТИКЕ

Тема 33. Рекламная деятельность: генезис и современные классификации

Понятие рекламы. Палитра современных классификаций рекламы. Культурологическая и маркетинговая концепции рекламной деятельности. Основные сферы рекламной деятельности (реклама торговая, политическая, социальная, межличностная и др.). Разновидности рекламы по масштабу распространения (местная, региональная, транснациональная и др.). Классификация рекламы по средствам распространения (реклама в прессе, радиореклама, телевизионная, печатная, сувенирная и т. д.). Другие критерии классификации рекламы.

Организация современной рекламной деятельности. Виды рекламных служб и рекламных агентств. Организация работы современной рекламной службы. Понятие целевой аудитории рекламы, совокупность ее характеристик. Факторы и условия успешного развития рекламной деятельности.

Реклама как культурно-исторический феномен. Понятие проторекламы. Специфика и виды проторекламной коммуникации. Основные этапы развития рекламной деятельности.

Античная реклама. Глашатаи – первые профессионалы рекламного дела. Устная, письменная, изобразительная реклама Античности.

Специфика рекламной деятельности Средневековья. Глашатаи и герольды. «Крики улиц». Письменная реклама. Формы изобразительной рекламы (вывески, цеховая эмблематика и др.).

Прагматизм и индивидуализм Нового времени как главная парадигма развития рекламы. Начало книгопечатания и появление новых форм рекламной деятельности. Возникновение прессы и реклама в газетах.

Специфика рекламы Англии, Франции и Германии в XIX в. Реклама США XIX в.

Российская реклама Средневековья и Нового времени. Российская и западноевропейская реклама начала XX в. в контексте массовой культуры (реклама в прессе, плакат, торговая марка, упаковка и др.). Малые рекламные формы (открытка, этикетка и т. д.).

Советская реклама XX в.: основные формы и методы рекламирования.

Тема 34. Жанры рекламных публикаций в современном медиапространстве

Понятие жанра применительно к рекламному творчеству. Специфика рекламных обращений в разных видах СМИ. Ведущие жанры рекламы в прессе (объявление, развитое рекламное обращение, консультация специалиста, «житейская история», каталог, анонс и т. д.). Реклама на радио (реплика, радиоспот, радиоафиша, джингл и т. д.). Жанры телевизионной рекламы (разновидности телевизионного ролика, рекламный видеоклип, рекламная передача и т. д.). «Плюсы» и «минусы» рекламы в Интернете (рекламно-информационные сайты, баннеры, ролики и др.). Другие разновидности рекламы (современные POS-материалы, сувенирная реклама и т. д.).

Сочетание в рекламном произведении вербальных и визуальных элементов. Шрифт и цвет в рекламе. Организация рекламного пространства; использование знака, символики, эмблематики. Аудиальные и аудиовизуальные возможности рекламы (звук, движение, свет, интонация и др.). Использование специальных кинематографических приемов в рекламе (сценарий, монтаж и др.). Мультимедийная реклама и использование современных технических средств (анимация, компьютерная графика и т. д.).

Тема 35. Специфика торговой, политической и социальной рекламы

Современная торговая реклама. Основные понятия и проблемы создания. Разновидности и жанровые формы торговой рекламы. Брэнд в торговой рекламе.

Генезис политической рекламы, ее сущность и специфические особенности. Роль рекламных технологий в отечественной политической практике. Основные каналы распространения и формы воздействия политической рекламы. Жанры политической рекламы. Закономерности создания материалов политической рекламы в прессе (рекламное интервью, рекламный очерк и т. д.). Конструирование политического плаката. Листовка как жанр политической рекламы.

Эволюция социальной рекламы в России, ее основные функции в обществе. Основные темы и направления социальной рекламы. Виды и средства социальной рекламы. Аудитория социальной рекламы и проблема ее эффективности. Современное фестивальное движение.

Тема 36. Связи с общественностью: сущность, методы, направления деятельности

Краткая история становления феномена связей с общественностью в истории культуры и профессиональной деятельности. Определения Public Relations (PR): мифы и реальность. PR и реклама: сходство и различия. Основные функции связей с общественностью. Ведущие формы и методы PR-деятельности (использование СМИ, печатное слово, устная речь, выставки и ярмарки, организация специальных событий и т. д.).

Основные направления современной PR-деятельности. Политические PR в России. Эффективные стратегии политических связей с общественностью. Выборы как кульминационный момент PR в сфере политики: технологии, этапы предвыборной борьбы, жанры PR-обращений к избирателям. Проблема «белых» и «черных» технологий в политическом PR.

Правительственные PR. Задачи и методы правительственных PR. Феномен лоббирования. Использование СМИ в политических и правительственных связях с общественностью.

Специфика PR в социальной сфере. Понятие НКО (некоммерческой организации) и ее отличительные черты. Понятие «третьего сектора». Источники финансирования деятельности НКО и способы «продажи идеи»

в некоммерческом PR. Основные направления работы PR в социальной сфере (социальная работа, благотворительность, охрана природы и решение экологических проблем, сферы медицинского обслуживания и образования и т. д.).

Кризисные PR. Понятие кризиса и его типологии. Этапы развития кризиса и способы управления ситуацией. Использование форм и методов PR в антикризисных коммуникациях. Основы грамотной коммуникации со СМИ в условиях кризиса. «Правила Тайленола» и другие стратегии PR-деятельности в условиях кризиса.

Тема 37. Public Relations и средства массовой информации: способы взаимодействия

Понятие о пресс-службе: цели деятельности, профессиональная специализация работников, критерии эффективности работы. Методы и формы деятельности пресс-служб.

Проблемы взаимодействия служб PR со СМИ. Специфика использования прессы, радио и телевидения в контексте связей с общественностью. Виды PR-материалов для прессы (пресс-релиз, бэкграундер, байлайнер, занимательная статья, форма «вопрос – ответ» и т. д.). Основные правила создания пресс-релиза. Виды PR-обращений, используемых на радио и телевидении. Этика взаимодействия с журналистами в PR-деятельности.

Основные формы взаимодействия со СМИ (пресс-конференция, формы гостеприимства для журналистов и т. д.). Методика подготовки и проведения пресс-конференции.

Тема 38. Использование методов PR и рекламы в формировании имиджа

Понятие имиджа в рекламе и связях с общественностью. Современные классификации имиджа. Элементы персонального имиджа и способы его конструирования.

Специфика имиджа в практике политических коммуникаций. Ведущие стратегии позиционирования политического имиджа. Этапы продвижения политического имиджа. Технологии создания политического имиджа. Проблема манипуляции общественным мнением в политической имиджологии.

Методы PR и рекламы в создании имиджа организации. Основные компоненты корпоративного имиджа. Философия организации и ее ведущие элементы. Фирменный стиль, его роль в формировании имиджа организации.

Тема 39. Современные коммуникационные технологии в рамках PR

Понятие о современных коммуникационных технологиях. Палитра специализаций в рамках PR-деятельности. Работа пресс-секретаря. Мастерство спичрайтерства. Слухи и их использование в PR. Деятельность спиндоктора. Основы теории переговоров. Понятие об информационных войнах.

Тема 40. Правовое и этическое регулирование рекламной и PR-деятельности

Аксиологический аспект рекламной деятельности. Проблема разграничения иллюзии и обмана. Категория «граница допустимой лжи». Российский законодательный пакет, регулирующий рекламную практику. Новшества закона «О рекламе» 2006 г., проблемы, возникающие в связи с его действием. Правила рекламирования отдельных товаров и услуг. Специфика законодательного регулирования различных направлений рекламной деятельности (коллизии, связанные с регулированием политической, социальной рекламы и др.). Этическое регулирование рекламной деятельности; международные и российские этические кодексы рекламного дела.

Проблемы правового и этического регулирования PR-деятельности. Особенности и проблемы законодательной базы. Этические кодексы: зарубежная практика и отечественный опыт.

Вопросы для подготовки к вступительным испытаниям

1. Современное состояние теории журналистики: предмет и задачи курса, его структура. Понятие «журнализма».
2. Предпосылки и исторические условия возникновения журналистики. Пражурналистские явления.
3. Гутенберг: история и легенды.
4. Основные этапы распространения масс-медиа.
5. Понятие информации. Виды и свойства, формы существования информации.
6. Журналистская информация как один из видов информации: специфика и закономерности существования.
7. Массовая информация. Общая характеристика. Формы существования и принципы подачи массовой информации.
8. Условия информативности журналистского произведения.
9. Журналистика как институт гражданского общества.
10. Тенденции развития современных медиасистем.
11. Прагматическая адекватность в журналистском произведении.
12. Семиотическая адекватность в журналистской деятельности.
13. Виды и типы информации в журналистском тексте.
14. Информационный процесс в журналистике: общая характеристика.

15. Журналистика в системе социальных институтов.
16. Журналистика как фактор социального управления.
17. Функции журналистики: общая характеристика.
18. Идеологические функции журналистики.
19. Культурно-образовательные функции журналистики.
20. Рекламно-справочные функции журналистики.
21. Рекреативные функции журналистики.
22. Экономические условия и факторы свободы СМИ.
23. Свобода и ответственность в журналистской деятельности.
24. Обеспечение свободы журналистской деятельности: правовой и политико-социальный аспекты.
25. Понятие «четвертая власть».
26. Политическая культура журналиста.
27. Политический анализ в журналистике.
28. Исторические типы журналистики: общая характеристика.
29. Социальная позиция журналиста.
30. Система принципов журналистики.
31. Журналист как субъект творческой деятельности
32. Структура системы СМИ: общая характеристика.
33. Инфраструктура системы СМИ.
34. Печать, как составляющая системы СМИ.
35. Радиовещание, как составляющая системы СМИ.
36. Телевидение, как составляющая системы СМИ.
37. Электронные средства МИ: общая характеристика.
38. Новые компьютерные технологии в системе СМИ.
39. Мобильная журналистика в современной медиасистеме.
40. Виды журналистской деятельности.
41. Информационная политика издания и особенности ее формирования.
42. Закон о СМИ РФ: правовое положение журналиста.
43. Формы реализации информационной политики.
44. Результативность журналистики: виды и формы.
45. Эффективность и действенность журналистики. Общая характеристика.
46. Творческие факторы эффективности.
47. Гражданская ответственность журналиста.
48. Информационное общество и правовое государство.
49. Массовое сознание, его структура и особенности воздействия на него СМИ.
50. Типологический и функциональный анализ журналистской деятельности.
51. Свойства журналистских произведений, влияющие на их эффективность.
52. Особенности восприятия журналистских текстов аудиторией. Установка восприятия.
53. Формы и виды взаимодействия средств массовой информации.
54. Информационное агентство как структурная единица современной медиасистемы.
55. Процессы монополизации, концентрации, глобализации, глокализации и их влияние на развитие современных медиасистем.
56. Профессиональные качества журналиста.
57. Мировые организации и международные объединения журналистов в борьбе за свободу творчества в журналистике.
58. Мировой информационный порядок и закономерности его развития.
59. Стороны реализации информационной политики средства массовой информации.
60. Эффекты журналистики.

Литература

- Корконосенко С.Г. Журналистика (для бакалавров) – М.: КноРус, 2016. (ЭБС book.ru.)
- Ворошилов В.В. Журналистика : учебник— 7-е изд., стер. — М. : КНОРУС,2016. — 496 с. (ЭБС book.ru.)
- Колесниченко А.В. Настольная книга журналиста: Учебное пособие. учебное пособие М.: Аспект Пресс 2013.
- Свитич Л.Г. Введение в специальность: Профессия: журналист. Учебное пособие. 3-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2012.