

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова»
Высшая школа (факультет) телевидения

УТВЕРЖДАЮ

Декан Высшей школы
(факультета) телевидения,
кандидат филологических наук



В.Т. Третьяков/

« 28 » апреля 2025 г.

ПРОГРАММА-МИНИМУМ

кандидатского экзамена по специальности

5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Шифр и наименование области науки:

5. Социальные и гуманитарные науки

Шифр и наименование программы аспирантуры:

Медиакоммуникации и журналистика (126-01-00-599-филол)

Наименование отраслей науки, по которым присуждаются ученые степени:

филологические науки

Москва 2025

I. Описание программы

Программа-минимум кандидатского экзамена, разработана Высшей школой (факультетом) телевидения Московского государственного университета им. М.В.Ломоносова на основе паспорта научной специальности, утвержденного Высшей аттестационной комиссией при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации, и учебного плана программы подготовки научных и научно-педагогических кадров в аспирантуре по специальности 5.9.9. «Медиакоммуникации и журналистика».

В основе данной программы лежат следующие дисциплины:

- Методология исследований медиакоммуникации и журналистики;
- Медиакоммуникации и журналистика.

II. Основные разделы к экзамену

- Медиакоммуникации в современном мире
- Журналистика в системе современных медиакоммуникаций
- Медиаисследования как область гуманитарной науки
- Этапы развития. Методология исследования массовой коммуникации
- Эмпирико-функционализм как доминирующая парадигма
- Эффекты СМИ и медиатизация
- Политэкономический и социологический подходы к изучению медиа.

III. Процедура проведения и вопросы к экзамену

Экзаменационный билет включает два блока.

Ответы аспирантов на экзамене кандидатского минимума должны характеризоваться следующими качествами и оцениваться по следующим критериям:

- полнота раскрытия тем, с которыми связаны вопросы билетов;
- достаточность материалов, требующихся для иллюстрации основных положений ответа;
- четкая структура и логичность ответа;
- владение необходимой терминологией;
- четкость в формулировании используемых определений и понятий;
- грамотная речь.

Блок 1

Книга / статья (из последующего списка). Время создания. Парадигма / научная школа / группа теорий. Структура работы. Методология и методика (при наличии). Концепция и основные идеи. Место в истории исследований медиа и (массовой) коммуникации.

Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса

Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака

Бурдьё П. О телевидении и журналистике

Гоффман И. Анализ фреймов. Эссе об организации повседневного опыта

Дебор Г. Общество спектакля

Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура

Липшман У. Общественное мнение

Луман Н. Реальность массмедиа

Маклюэн Г. М. Понимание медиа: Внешние расширения человека

Маркузе Г. Одномерный человек. Исследование идеологии развитого индустриального общества

Нозель-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания

Пропп В. Морфология волшебной сказки
Соссюр Ф. де. Курс общей лингвистики
Хабермас Ю. Структурное изменение публичной сферы: исследования относительно категории буржуазного общества
Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие
Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика просвещения. Философские фрагменты
Bandura A., Ross D., Ross S. A. Transmission of Aggression through Imitation of Aggressive Models
Garnham N. Contribution to a Political Economy of Mass Communication
McCombs M., Shaw D. The Agenda-Setting Function of Mass Media

Блок 2

1. Понятие, структура и тенденции развития современных медиакommunikаций.
2. Журналистика – реклама – связи с общественностью: общее, различное, взаимодействие.
3. Журналистика как социальный институт. Взаимодействие с другими социальными институтами.
4. Понятие массовой информации. Журналистика как массово-информационная деятельность.
5. Система функций журналистики: актуальные подходы и классификации.
6. Аудитория СМИ: основные характеристики. Взаимодействие редакции с аудиторией.
7. Сбор информации в журналистике: основные методы и их применение в современных СМИ.
8. Система жанров журналистики: актуальные подходы и классификации.
9. Социология и журналистика: методика исследований, работа с социологической информацией в СМИ.
10. Правовые основы журналистской деятельности в России.
11. Саморегулирование в российской журналистике: профессиональная этика.
12. Проблема манипулирования сознанием аудитории в журналистике.
13. Актуальные концепции типологии СМИ.
14. Специфика прессы как средства массовой информации. Периодические издания современной России.
15. Специфика радиовещания как средства массовой информации. Современные российские радиостанции.
16. Специфика телевидения как средства массовой информации. Современные российские телеканалы.
17. Специфика средств массовой информации в интернете. Российские сетевые СМИ.
18. Специфика информационных агентств. Международные и национальные информагентства.
19. Работа СМИ в социальных сетях: сбор информации, продвижение контента.
20. Явление конвергенции в современной журналистике.
21. Теории медиа как комплексное междисциплинарное знание.
22. Теоретическая и методологическая основа эмпирического исследования медиа и журналистики.
23. Содержание процедуры эмпирического исследования. Особенности исследования аудиовизуальных медиа.
24. Виды эмпирического исследования медиа и журналистики.
25. Выбор методов сбора информации в исследованиях медиа и журналистики. Особенности методов сбора информации в исследованиях аудиовизуальных медиа.
26. Особенности программирования и процедур качественного и количественного исследования медиа и журналистики. Особенности процедур качественного и количественного исследования аудиовизуальных медиа.
27. Эмпирико-функционализм как доминирующая парадигма.
28. Эффекты СМИ и медиатизация.
29. Политэкономика медиа.
30. Медиа социология как постклассическая социология.

IV. Критерии оценивания

Критерии и показатели оценивания на экзамене			
2	3	4	5
Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Фрагментарные знания актуальных проблем и тенденций в развитии медиакommunikаций и журналистики	Неполные знания актуальных проблем и тенденций в развитии медиакommunikаций и журналистики	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания актуальных проблем и тенденций в развитии медиакommunikаций и журналистики	Сформированные и систематические знания актуальных проблем и тенденций в развитии медиакommunikаций и журналистики

V. Рекомендуемая основная литература

Блок 1

1. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М., 1984.
2. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. М, 2021.
3. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. М., 1999.
4. Беньямин В. Избранные эссе. М., 1996.
5. Бодрийяр Ж.К критике политической экономии знака. М., 2004.
6. Бурдьё П. О телевидении и журналистике. М., 2002.
7. Ван Дейк Т. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.
8. Гоффман И. Анализ фреймов. Эссе об организации повседневного опыта. М., 2004.
9. Грушин Б. А. Массовое сознание. М., 1987.
10. Дебор Г. Общество спектакля. М., 2000.
11. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М., 1984.
12. Дридзе Т. М. Организация и методы лингвосоциологического исследования массовой коммуникации. М., 1979.
13. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000.
14. Липпман У. Общественное мнение. М., 2004.
15. Луман Н. Медиа коммуникации. М., 2005.
16. Луман Н. Реальность массмедиа. М., 2005.
17. Маклюэн Г. М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. М., 2003.
18. Маркузе Г. Одномерный человек. Исследование идеологии развитого индустриального общества. М., 1994.
19. Массовая информация в советском промышленном городе. Опыт комплексного социологического исследования / под общ. ред. Б. А. Грушина, Л. А. О니кова. М., 1980.
20. Моль А. Социодинамика культуры. М., 2007.
21. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М., 1996.
22. Пропп В. Морфология волшебной сказки. М., 2001.
23. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2011.
24. Хабермас Ю. Структурное изменение публичной сферы: исследования относительно категории буржуазного общества. М., 2016.
25. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. М., 2006.
26. Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика просвещения. Философские фрагменты. М., 1997.
27. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М., 1980.
28. Bandura A., Ross D. Ross S. A. (1961) Transmission of aggression through imitation of aggressive models // Journal of Abnormal and Social Psychology, 63, 575-582.

29. McCombs, M. & Shaw, D. The agenda-setting function of mass media // Public Opinion Quarterly. 1972. М 36 (2).

Блок 2

1. Голядкин, Н.А. История отечественного и зарубежного телевидения : учебное пособие / Н.А. Голядкин. — 3-е изд. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 191 с. — ISBN 978-5-7567-0823-3.
2. Коханова, Л. А. Основы теории журналистики : учебное пособие / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков. — Москва : Юнити, 2015. — 535 с. — (Медиаобразование). — Библиогр. в кн. — <http://biblioclub.ru/>. — ISBN 978-5-238-01499-9.
3. Телевизионный журналист: Основы творческой деятельности : учебное пособие / И.Н. Апухтин, М.А. Бережная, С.Н. Ильченко, О.Ф. Майдунова ; под редакцией М.А. Бережной. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 216 с. — ISBN 978-5-7567-0882-0.
4. Чемякин Ю.В. Основы теории и истории журналистики : учебное пособие / Ю.В. Чемякин. — Москва : Флинта : Уральский федеральный университет (УрФУ), 2018. — 113 с.
5. Чернышева, Т. Л. Связи с общественностью (PR) : учебное пособие / Т.Л. Чернышева. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2012. — 140 с. — <http://biblioclub.ru/>. — ISBN 978-5-7782-2163-5.

VI. Рекомендуемая дополнительная литература

1. Головакин, А. В. Проблемы взаимодействия издания и читателя / А.В. Головакин. — Москва : Лаборатория книги, 2012. — 98 с. — <http://biblioclub.ru/>. — ISBN 978-5-504-00698-7.
2. Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть : учебник / А.Г. Киселёв. — Москва : Юнити, 2015. — 431 с. — <http://biblioclub.ru/>. — ISBN 978-5-238- 01742-6.
3. Калмыков, А. А. Интернет-журналистика : учебное пособие / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. — Москва : Юнити, 2015. — 383 с. : схем., ил. — (Медиаобразование). — Библиогр.: с. 335-339. — <http://biblioclub.ru/>. — ISBN 5-238-00771-X.
4. Лузин, В.И. Основы телевизионной техники : учебное пособие / В.И. Лузин. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2009. — 432 с. — ISBN 5-98003-054-9.
5. Олешко, Е.В. Конвергентная журналистика : профессиональная культура субъектов информационной деятельности : учебное пособие / Е.В. Олешко ; ред.: Б.Н. Лозовский. — 3-е изд., стер. — Москва : Флинта, 2017. — 129 с. — ISBN 978-5-9765-2661-7.
6. Ткаченко Н.В. Креативная реклама. Технологии проектирования / Н.В. Ткаченко ; Ткаченко О. Н. — Москва : Юнити-Дана, 2012. — 337 с. — (Азбука рекламы). — ISBN 978-5-238-01568-2.
7. Третьяков В.Т. Как стать знаменитым на телевидении. Теория телевидения для всех, кто хочет на нём работать. — М.: Ладомир, 2016. — 536 с.
8. Третьяков В.Т. Как стать знаменитым журналистом. 2.0. Курс лекций по теории и практике современной журналистики. — М.: Ладомир, 2016. — 672 с.
9. Третьяков В.Т. Теория телевидения. ТВ как неоязычество и как карнавал. — М.: Ладомир, 2016. — 664 с.
10. Цвик, В. Л. Телевизионная журналистика : учебное пособие / В.Л. Цвик. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юнити-Дана : Закон и право, 2015. — 495 с. : схем. — (Медиаобразование). — Библиогр. в кн. — <http://biblioclub.ru/>. — ISBN 978-5-238-01530-9.
11. Шестерина, А.М. Видеооблогинг. — Воронеж: Изд-во ВГУ, 2024. — 154 с. — ISBN 978-5-9273-3945-7.

VII. Авторы программы:

- Кривуля Наталья Геннадьевна, доктор искусствоведения, профессор;
- Третьяков Виталий Товиевич, кандидат филологических наук;
- Шестерина Алла Михайловна, доктор филологических наук, профессор.