

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ В МАГИСТРАТУРУ
ПО НАПРАВЛЕНИЮ «ЖУРНАЛИСТИКА»
на образовательную программу на английском языке
«Российская журналистика и культура в глобальном контексте»**

Целью вступительного экзамена является диагностика входных знаний и умений, необходимых для эффективного освоения образовательной программы магистратуры по направлению «Журналистика» «Российская журналистика и культура в глобальном контексте» на английском языке. Поступающий в магистратуру должен обладать следующими **профессиональными компетенциями**, предусмотренными образовательным стандартом по направлению «Журналистика» (ФГОС):

- знать базовые принципы формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, особенности национальных медиамodelей и реалии функционирования российских СМИ, быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа;
- понимать сущность журналистики как социальной, информационной, творческой профессии;
- знать базовые характеристики профессии и понимать смысл ее социальных ролей;
- ориентироваться в основных этапах и процессах развития российской журналистики;
- ориентироваться в основных этапах и процессах развития зарубежной журналистики;
- анализировать социальную структуру современного общества, ориентироваться в различных общественных сферах, которые являются объектом освещения в СМИ;
- понимать правовые нормы медиарегулирования;
- следовать основным российским и международным нормам журналистской этики;
- знать методы изучения аудитории, понимать социальный смысл общественного участия в функционировании СМИ;
- понимать экономические регуляторы институтов СМИ;
- знать базовые принципы организационной структуры редакции, функции сотрудников для различных должностей;
- знать основы медиаменеджмента;
- следовать принципам работы журналиста с источниками информации, ее поиска, отбора, проверки и анализа; понимать возможности электронных баз данных и больших данных;
- ориентироваться в наиболее распространенных форматах печатных изданий, теле-, радиoproграмм, интернет-СМИ, современной жанровой и стилиевой специфике различного рода медiateкстов, особенностях новостной журналистики и специфике других направлений (аналитическая, расследовательская, художественно-публицистическая журналистика);
- понимать мультимедийные методы и технологии медиапроизводства (вербальные, аудио-, видео-, графические, анимационные) и владеть ими;
- понимать основы пabлик рилейшнз и рекламы.

Программа экзамена включает вопросы, которые отражают содержание основных разделов базовых профессиональных дисциплин.

Зарубежная журналистика

Становление и развитие журналистики в странах западной Европы (Франция, Германия, Англия) и США в XVII-XVIII вв. Английская, французская, американская концепции свободы печати. Становление и развитие информационных агентств (Гавас, Рейтер, Вольф). Появление массовой газеты как нового типа издания в конце XIX века. Развитие радиовещания и телевидения в странах западной Европы и США. Крупнейшие информационные группы стран Западной Европы и США с 1980-х гг. по настоящее время. Система средств массовой информации в развитых странах (на примере США, Великобритании, ФРГ, Франции) на современном этапе. Развитие новых информационных технологий их влияние на функционирование СМИ.

Теория журналистики

Основные понятия теории журналистики. Общественная миссия журналистики. Отечественные и зарубежные подходы к классификации функций журналистики. Социальные, экономические, юридические и этические факторы свободы журналистской деятельности в современном обществе. Информационная политика в сфере СМИ. Массовая аудитория: базовые характеристики. Роль аудитории в формировании контента современных масс-медиа. Способы оценки эффективности журналистской деятельности в XXI веке. Специфика журналистской профессии, условия формирования профессиональной культуры журналиста в современном обществе.

Медиасистемы

Понятия «медиасистема», «медиа», «СМИ», «массовая коммуникация». Факторы развития и функционирования национальных медиасистем. Основные подходы к изучению национальных медиасистем. Телевидение как часть современной медиасистемы России. Радио как часть современной медиасистемы России. Периодическая печать как часть современной медиасистемы России. Онлайн-СМИ как часть современной медиасистемы России. Информационные агентства как часть современной медиасистемы России.

Основы журналистики

Современные профессиональные компетенции журналиста. Профессиональные ценности и ответственность журналиста. Профессиональные организации и сообщества журналистов. Новость как базовая модель журналистского текста. Критерии актуальности новостного текста. Принципы содержания и композиции новости. Принцип «перевернутой пирамиды». Виды новостей. Типы источников информации. Проблемы доступа к информации. Методы сбора информации (интервью, наблюдение, анализ документов). Правила проверки информации. Этика работы с источниками. Основные жанры журналистики. Понятие информационной повестки дня.

Право СМИ

Источники законодательства о средствах массовой информации. Конституционные нормы о свободе слова. Закон РФ «О средствах массовой информации» 1991 года. Защита чести, достоинства и деловой репутации. Анализ содержания статьи 152 Гражданского кодекса РФ. Права и обязанности журналиста по Закону РФ «О средствах массовой информации». Объекты авторских прав. Анализ содержания статьи 1259 Гражданского кодекса РФ.

Профессиональная этика журналиста

Сущность и функции журналистской этики. Международные принципы журналистской этики. Базовые профессиональные этические принципы журналистики: свобода слова и массовой информации; общественная значимость информации; достоверность используемых сведений; получение информации законными способами;

минимизация вреда источникам, персонажам; журналистика как общественное благо. Этические правила и нормы как основа профессионального поведения журналиста.

Медиаэкономика

Медиаиндустрия в современной экономике. СМИ как индустрия развлечения. Основные тренды развития современной медиаиндустрии. Спрос на сдвоенном рынке СМИ. Коммодификация контента и аудитории СМИ. Глобализация медиарынка. Основные компоненты бизнес-модели на медиарынке. Типы концентрации в медиаиндустрии. Формы собственности СМИ. СМИ как рекламоносители. Способы измерения аудиторий СМИ.

Социология журналистики

Направления социологических исследований СМИ: изучение аудитории, медиатекстов, редакционной деятельности и журналистов, анализ эффектов журналистской деятельности. Процедура и организация социологического исследования в области журналистики и массовых коммуникаций. Социологические методы изучения СМИ. Качественные и количественные методики социологических исследований. Опрос, контент-анализ, изучение документов, фокус-группа. Медиаметрия как область измерения аудитории: специфика исследований в XXI веке, основные показатели, ведущие отечественные и зарубежные исследовательские центры.

Реклама и связи с общественностью

Реклама как вид массовой коммуникации. Основные функции рекламы. Реклама в прессе, на радио, телевидении. Реклама в Интернете. Основные жанры рекламы. Политическая и социальная реклама. Правовое и этическое регулирование рекламы. Базовые элементы медиапланирования. Организация деятельности рекламного агентства. Рекламный процесс и его участники. Целевая аудитория как категория рекламы. Рекламная кампания и этапы ее проведения. Оценка эффективности рекламы. Связи с общественностью в современном обществе. Институты взаимодействия со СМИ (пресс-службы, пресс-центры, пресс-бюро, пресс-атташаты).

Организация и методика вступительного экзамена

Экзамен проводится в письменной форме.

Рекомендуемая литература:

- Attewell, P. (2001). The first and second digital divides. *Sociology of Education* 74 (3): 252–259.
- Berger, G. (2010). Journalism teachers building a global community. *Journalism & Mass Communication Educator* 65(2).
- Bourdieu, P. (2001). Forms of capital. In M. Granovetter & R. Swedberg (eds.) *The Sociology of Economic Life*. 2nd ed. Boulder: Westview Press. P. 98–102.
- Breeman, J. M., Breeman, V. E., & Helberger, N. (2011). On the regulator's plate: exposure diversity in a changing media environment. *Journal of Information Policy* 1: 370–377.
- Cottle, S. (2000). *Ethnic Minorities and the Media: Changing Cultural Boundaries*. Buckingham: Open University Press.
- Deuze, M., & Witschge, T. (2020). *Beyond Journalism*. Polity Press.
- Dobek-Ostowska, B., & Glowacki, M. (2015). *Democracy and Media in Central and Eastern Europe 25 Years on*. Peter Lang Edition.
- Fabre, C. (2007). *Justice in a Changing World*. Polity Press.
- Gladkova, A. (2015). Linguistic and cultural diversity in Russian cyberspace: Examining four ethnic groups online. *Journal of Multicultural Discourses* 10(1): 49–66.
- Hallin, D., & Mancini, P. (2009). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press.

- Hamelink, C. J. (2000). *The Ethics of Cyberspace*. London: SAGE.
- Hanitzsch, T., Hanusch, F., Ramaprasad, J., & De Beer, A. S. (2019). *Worlds of Journalism. Journalistic Cultures Around the Globe*. Columbia University Press
- Hofstede, G. J., Pedersen, P. B., & Hofstede, G. H. (2002). *Exploring Culture: Exercises, Stories, and Synthetic Cultures*. Intercultural Press.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S. et al. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. Routledge.
- Norris, P. (2001). *The Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge University Press.
- Park, S. (2017). *Digital Capital*. Palgrave Macmillan.
- Prieur, A., & Savage, M. (2013). Emerging forms of cultural capital. *European Societies* 15(2): 246–267.
- Protsyk, O. & Harzl, B. (2013). *Managing Ethnic Diversity in Russia*. Routledge.
- Ragnedda, M., Ruiu M. L., & Gladkova, A. (2025). Reframing digital capital in unequal contexts. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, 3. pp. 5–29.
- Siebert F., Peterson T., Schramm W. (1956). *Four Theories of the Press*. University of Illinois Press.
- Smirnova, O., Denisova, G., & Mamedov, A. (2025). Blogosphere and virtual society: Exploring new areas of research. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, 1, pp. 79–95.
- Valcke, P., Picard, R., Sükösd, M., Klimkiewicz, B. et al. (2010). The European media pluralism monitor: bridging law economics and media studies as a first step towards risk-based regulation in media markets. *Journal of Media Law* 2(1): 85–113.
- Vartanova, E. (2013). Constructing Russian media system in the context of globalization. *World of Media. Yearbook of Russian Media and Journalism Studies*. Moscow: Mediamir.
- Vartanova, E. (2019). Russian media: A call for theorizing the economic change. *Russian Journal of Communication* 1: 22–36.
- Vartanova, E., & Gladkova, A. (2019). New forms of the digital divide. In Trappel, J. (Ed.), *Digital Media Inequalities: Policies against Divides, Distrust and Discrimination* (pp. 191-211). Goteborg: Nordicom.
- Wahl-Jorgensen, K., & Hanitzsch, T. (2019). *The Handbook of Journalism Studies*. Routledge.

Дополнительная литература (на русском языке):

- Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. – М., 2003.
- Вартанова Е. Л. Медиасистемы стран БРИКС. Исторический генезис, особенности формирования. – М., 2018.
- Вартанова Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс – М., 2019.
- Вартанова Е. Л. Культурный код в медиа: модная метафора или неявные смыслы? // *Меди@льманах*. – 2025. – № 2 (127). – С. 8–15.
- Гуревич С. М. Экономика отечественных СМИ. – М., 2008.
- Дунас Д. В. Медиапотребление как область междисциплинарного анализа // *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*. – 2024. – № 6. – С. 115–135.
- Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации: англо-русский толковый словарь концепций и терминов. – М., 2004.
- История зарубежной печати: Хрестоматия / сост. Вартанова Е. Л., Гладкова А. А., Бакулин О. А. – М., 2025.
- Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста. – М., 2013.
- Корконосенко С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение. – М., 2010.
- Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста. 2-е изд. – М., 2010.
- Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста. 3-е изд. – М., 2011.
- МакКуэйл Д. Журналистика и общество. – М., 2013.
- Медиасистема России / под ред. Е. Л. Вартановой. – М., 2020.
- Основы медиабизнеса / под ред. Е. Л. Вартановой. – М., 2014.
- Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. – М., 2012.

- Свитич Л. Г.* Социология журналистики. – М., 2010.
- Смирнов С. С.* Медиахолдинги России: национальный опыт концентрации СМИ. – М., 2014.
- Тертычный А. А.* Жанры периодической печати. – М., 2000.
- Фомичева И. Д.* Социология СМИ. – М., 2012.
- Щепилова Г. Г.* Реклама в СМИ: история, технологии, классификация. – М., 2010.
- Энциклопедия мировой индустрии СМИ / под ред. Е.Л. Вартаковой. – М., 2019.

THE PROGRAMME OF THE ENTRANCE EXAM FOR THE MASTER'S DEGREE IN JOURNALISM

The purpose of the entrance exam is to test the entrance knowledge and skills for the effective mastering of the Basic educational programme in Journalism Master's degree. During the exam the applicant must demonstrate **professional competencies** corresponding to the Bachelor's program in the field of Journalism:

- know the basic principles of media systems, the specifics of various types of media, the peculiarities of national media models and the realities of the functioning of Russian media, be aware of the most important innovative practices in the field of mass media;
- understand the essence of the social, informational, and creative aspects of the profession;
- know the basic characteristics of profession and understand its social roles;
- navigate the main stages and processes of the development of Russian journalism;
- navigate the main stages and processes of development of international journalism;
- analyze the social structure of modern society; navigate in various spheres of society, which are the object of media coverage;
- understand legal norms of media regulation;
- follow the main Russian and international norms on journalistic ethics;
- know the methods of audience metrics; understand the social meaning of public participation in media;
- understand the economic regulators of media institutions;
- know the basic principles of organizational structure of the editorial, the functions of employees for various job statuses;
- know the basics of media management;
- follow the principles of the journalist's work with sources of information, its search, selection, verification and analysis; understand the possibilities of electronic databases and big data;
- navigate the most common formats of print periodicals, television radio, and online-media, modern genres and style specifics for various kinds of media texts, the features of news journalism and the specifics of other fields of journalism (analytical, investigative, features, etc.);
- understand and master multimedia methods and technologies of media production (verbal, audio, video, graphics, and animation);
- understand the basics of public relations and advertising.

The examination includes questions that reflect the main sections of the basic professional disciplines.

Foreign journalism

Formation and development of journalism in Western Europe (France, Germany, England) and the United States in the XVII-XVIII centuries. English, French, American press freedom concepts. Formation and development of news agencies (Havas, Reuters, Wolf). The emergence of a mass newspaper as a new type of periodical at the end of the 19th century. Development of radio broadcasting and television in Western Europe and the USA. The largest information groups in Western Europe and the USA since the 1980s until now. The system of

mass media in developed countries (on the example of the USA, Great Britain, Germany, France) at the present stage. Development of new information technologies, their influence on media functioning.

Journalism theory

Basic concepts of the theory of journalism. Social mission of journalism. Domestic and foreign approaches to the classification of the journalism functions. Social, economic, legal and ethical factors of freedom of journalistic activity in modern society. Information policy in the field of mass media. Mass audience: basic characteristics. The role of the audience in shaping the content of modern mass media. Methods for assessing the effectiveness of journalistic activities in the XXI century. The specifics of the journalistic profession, the conditions for the formation of the professional journalistic culture in modern society.

Media systems

The concepts of media system, media, mass media, mass communication. Factors of development and functioning of national media systems. The main approaches to the study of national media systems. media system. Television as part of the modern media system in Russia. Radio as part of the modern Russian media system. Periodicals as part of the modern media system in Russia. Online media as part of the modern Russian media system. News agencies as part of the modern media system in Russia.

Basics of journalism

Modern professional competencies of a journalist. Professional values and responsibility of a journalist. Professional journalistic organizations and communities. News as a basic model of the journalistic text. Criteria for the relevance of the news text. Principles of content and structure of news. Inverted pyramid principle. Types of news. Types of information sources. Problems of access to information. Methods of collecting information (interviews, observation, analysis of documents). Information verification rules. Ethics of working with sources. The main genres of journalism. Information agenda concept.

Media law

Sources of media legislation. Constitutional norms on freedom of speech. Law of the Russian Federation 'On the Mass Media' (1991). Protection of honor, dignity and business reputation. Analysis of the content of article 152 of the Civil Code of the Russian Federation. Rights and obligations of a journalist under the Law of the Russian Federation 'On the Mass Media'. Objects of copyright. Analysis of the content of article 1259 of the Civil Code of the Russian Federation.

Professional journalistic ethics

Essence and functions of journalistic ethics. International principles of journalistic ethics. Cardinal professional ethical principles of journalism: freedom of speech and media; public importance of information; the accuracy of the information; obtaining information by legal means; minimization of harm to sources, heroes; journalism as a public good. Ethical rules and norms as the basis for the professional conduct of a journalist.

Media economics

Media industry in the modern economy. Media as an entertainment industry. The main trends in the development of the modern media industry. Demand in the dual media market. Commodification of content and media audience. Media market globalization. The main components of a business model in the media market. Types of concentration in the media industry. Forms of media ownership. Media as advertising platforms. Methods for measuring media audiences.

Sociology of journalism

Areas of sociological research of mass media: study of the audience, media texts, editorial activities, and journalists, analysis of the effects of journalistic activities. Procedure and organization of sociological research in the field of journalism and mass communication. Sociological methods of studying the media. Qualitative and quantitative methods of sociological research. Survey, content analysis, study of documents, focus group. Mediametry as an area of audience measurement: specificity of research in the XXI century, main indicators, leading domestic and foreign research centers.

Advertising and public relations

Advertising as a form of mass communication. The main functions of advertising. Advertising in the press, radio, television. Internet advertising. The main genres of advertising. Political and social advertising. Legal and ethical regulation of advertising. Basic elements of media planning. Organization of advertising agency activities. Advertising process and its participants. Target audience as an advertising category. Advertising campaign and stages of its implementation. Evaluation of advertising effectiveness. Public relations in modern society. Institutions for interaction with the media (press services, press centers, press bureaus, press attaches).

Organization and methodology of the entrance exam

The exam is conducted in a written form.

Recommended literature

- Attewell, P. (2001). The first and second digital divides. *Sociology of Education* 74 (3): 252–259.
- Berger, G. (2010). Journalism teachers building a global community. *Journalism & Mass Communication Educator* 65(2).
- Bourdieu, P. (2001). Forms of capital. In M. Granovetter & R. Swedberg (eds.) *The Sociology of Economic Life*. 2nd ed. Boulder: Westview Press. P. 98–102.
- Breeman, J. M., Breeman, V. E., & Helberger, N. (2011). On the regulator's plate: exposure diversity in a changing media environment. *Journal of Information Policy* 1: 370–377.
- Cottle, S. (2000). *Ethnic Minorities and the Media: Changing Cultural Boundaries*. Buckingham: Open University Press.
- Deuze, M., & Witschge, T. (2020). *Beyond Journalism*. Polity Press.
- Dobek-Ostowska, B., & Glowacki, M. (2015). *Democracy and Media in Central and Eastern Europe 25 Years on*. Peter Lang Edition.
- Fabre, C. (2007). *Justice in a Changing World*. Polity Press.
- Gladkova, A. (2015). Linguistic and cultural diversity in Russian cyberspace: Examining four ethnic groups online. *Journal of Multicultural Discourses* 10(1): 49–66.
- Hallin, D., & Mancini, P. (2009). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press.
- Hamelink, C. J. (2000). *The Ethics of Cyberspace*. London: SAGE.
- Hanitzsch, T., Hanusch, F., Ramaprasad, J., & De Beer, A. S. (2019). *Worlds of Journalism. Journalistic Cultures Around the Globe*. Columbia University Press
- Hofstede, G. J., Pedersen, P. B., & Hofstede, G. H. (2002). *Exploring Culture: Exercises, Stories, and Synthetic Cultures*. Intercultural Press.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S. et al. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. Routledge.
- Norris, P. (2001). *The Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge University Press.
- Park, S. (2017). *Digital Capital*. Palgrave Macmillan.
- Prieur, A., & Savage, M. (2013). Emerging forms of cultural capital. *European Societies* 15(2): 246–267.
- Protsyk, O. & Harzl, B. (2013). *Managing Ethnic Diversity in Russia*. Routledge.

- Ragnedda, M., Ruiu M. L., & Gladkova, A. (2025). Reframing digital capital in unequal contexts. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, 3, pp. 5–29.
- Siebert F., Peterson T., Schramm W. (1956). *Four Theories of the Press*. University of Illinois Press.
- Smirnova, O., Denisova, G., & Mamedov, A. (2025). Blogosphere and virtual society: Exploring new areas of research. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, 1, pp. 79–95.
- Valcke, P., Picard, R., Sükösd, M., Klimkiewicz, B. et al. (2010). The European media pluralism monitor: bridging law economics and media studies as a first step towards risk-based regulation in media markets. *Journal of Media Law* 2(1): 85–113.
- Vartanova, E. (2013). Constructing Russian media system in the context of globalization. *World of Media. Yearbook of Russian Media and Journalism Studies*. Moscow: Mediamir.
- Vartanova, E. (2019). Russian media: A call for theorizing the economic change. *Russian Journal of Communication* 1: 22–36.
- Vartanova, E., & Gladkova, A. (2019). New forms of the digital divide. In Trappel, J. (Ed.), *Digital Media Inequalities: Policies against Divides, Distrust and Discrimination* (pp. 191-211). Goteborg: Nordicom.
- Wahl-Jorgensen, K., & Hanitzsch, T. (2019). *The Handbook of Journalism Studies*. Routledge.

Additional literature (in Russian)

- Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. – М., 2003.
- Вартанова Е. Л. Медиаэкономика стран БРИКС. Исторический генезис, особенности формирования. – М., 2018.
- Вартанова Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс – М., 2019.
- Вартанова Е. Л. Культурный код в медиа: модная метафора или неявные смыслы? // *Меди@льманах*. – 2025. – № 2 (127). – С. 8–15.
- Гуревич С. М. Экономика отечественных СМИ. – М., 2008.
- Дунас Д. В. Медиапотребление как область междисциплинарного анализа // *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*. – 2024. – № 6. – С. 115–135.
- Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации: англо-русский толковый словарь концепций и терминов. – М., 2004.
- История зарубежной печати: Хрестоматия / сост. Вартанова Е. Л., Гладкова А. А., Бакулин О. А. – М., 2025.
- Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста. – М., 2013.
- Корконосенко С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение. – М., 2010.
- Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста. 2-е изд. – М., 2010.
- Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста. 3-е изд. – М., 2011.
- МакКуэйл Д. Журналистика и общество. – М., 2013.
- Медиаэкономика России / под ред. Е. Л. Вартановой. – М., 2020.
- Основы медиабизнеса / под ред. Е. Л. Вартановой. – М., 2014.
- Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. – М., 2012.
- Свитич Л. Г. Социология журналистики. – М., 2010.
- Смирнов С. С. Медиахолдинги России: национальный опыт концентрации СМИ. – М., 2014.
- Тертычный А. А. Жанры периодической печати. – М., 2000.
- Фомичева И. Д. Социология СМИ. – М., 2012.
- Щепилова Г. Г. Реклама в СМИ: история, технологии, классификация. – М., 2010.
- Энциклопедия мировой индустрии СМИ / под ред. Е.Л. Вартановой. – М., 2019.