Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Факультет журналистики

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

по программе магистратуры

«Теория и технологии современной журналистики»

Рекомендуется для направления подготовки 42.04.02 «Журналистика»

Квалификация (степень) выпускника: магистр
Форма обучения: очная

Москва, 2021

Программа ГИА разработана и утверждена (выписка из протокола заседания Ученого Совета факультета журналистики МГУ № 10 от 23 июля 2021 г.) в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки 42.04.02 «Журналистика» в редакции, утвержденной приказом МГУ от 29 декабря 2018 года № 1771 (1772).

Год приема на обучение – 2019.

Государственный экзамен по программе магистратуры «Теория и технологии современной журналистики» предусматривает итоговый контроль сформированных профессиональных компетенций. Цель государственного экзамена – проверка знаний фундаментально-теоретического и прикладного характера. В соответствии с этим в его программу включены следующие дисциплины: «Профессиональные технологии современной журналистики», «Контент-стратегии современной журналистики», «Методы исследования журналистики». Формулировки вопросов, включенных в билет, разработаны на основе программ дисциплин и формируемых ими компетенций. Выпускник должен продемонстрировать достаточный уровень знаний данной дисциплины в соответствии с ее программой

Дисциплина **«Профессиональные технологии современной журналистики»**

№ п/п	Темы	Содержание
	Подготовка текстов для конвергентного СМИ Технологии работы журналиста в конвергентном СМИ	
1	Особенности подачи текстовой информации в конвергентных СМИ	Конвергентные СМИ в медиасистеме России. Особенности подачи информации в конвергентных СМИ. Концепция конвергентного издания. Место текстовой информации в содержательной структуре конвергентного издания. Оптимальность текстовых форматов с точки зрения конвергентной подачи
2	Форматы и жанровая структура конвергентного СМИ. Эволюция текстовых жанров под влиянием интернета	Жанровые системы традиционных и конвергентных СМИ: сопоставительный анализ. Новые текстовые жанры, порожденные конвергентностью. Наиболее популярные в конвергентных СМИ жанры. Влияние на жанрообразование в конвергентных СМИ мультимедийной подачи материала и особенностей потребления информации в Интернете. «Журналистика быстрых взглядов» и ее влияние на подачу информации в интернете
3	Лонгрид как формат конвергентного СМИ. Разновидности лонгридов и технология их подготовки	Длинные тексты (лонгриды) в конвергентных СМИ. Тематика, содержательное наполнение и композиция лонгридов. Достижение наглядности и полифоничности в лонгриде. Методика сбора информации для лонгрида – оптимизация усилий журналиста. Драматизация подачи материала и способы вовлечения аудитории. Текстовая и мультимедийная составляющие лонгрида – взаимное дополнение и оптимальное сочетания. Репортаж и реконструктор как основные типы лонгридов. Программное обеспечение для подготовки лонгридов
4	Характер и условия работы	Отличие труда журналиста в конвергентном СМИ от

	журналиста в конвергентном СМИ. Технические компетенции современного журналиста	других видов профессиональной деятельности. Факторы, определяющие особенности журналистского труда. Виды журналистской деятельности в конвергентном СМИ: публицистическая, редакторская, организаторская. 10 основных комплексов профессиональных действий: руководство редакцией, отделом; подготовка собственных материалов; работа с авторами и другими сотрудниками; правка материалов других сотрудников; макетирование; работа с редакционной почтой; прием посетителей редакции; дежурство по номеру; выступления на планерках и летучках; участие в организационно-массовой деятельности: подготовке и проведении акций, «круглых столов», массовых мероприятий, фестивалей и т.п., т.е. в том, что обозначается понятием работа. Комплексность труда журналиста. Журналистский труд: индивидуально-коллективный, производственно-творческий. Сочетание оперативности и непрерывности, универсальности со специализацией. Компетентность журналиста. Работа российских конвергентных редакций. Получение новых навыков и их влияние на продуктивность деятельности творческого коллектива. Проблемы перехода на конвергентность: нарушается привычная технология работы, возникают финансовые потери из-за дополнительной нагрузки. Программы и приложения, необходимые журналисту в работе
5	Технологии работы с информацией в конвергентной редакции. Работа с базами данных	Сбор, переработка, хранение и использование информации. Работа с базами данных. Оптимальность информационных потоков. Системность, ритмичность, цикличность, определяющие характер информационно-архивной деятельности редакции
6	Технологии профессионального роста. Творческое сотрудничество и соперничество журналистов	Повышение уровня профессионального мастерства журналистов в контексте координации редакционной деятельности: содержание, этапы и субъекты. Профессиональный статус журналиста. Нормирование труда и учет его результатов. Роль количественных норм. Конкретность, индивидуальный характер, сравнение результатов в нормировании. Стимулирование в редакционном коллективе. Формы стимулирования. Система мер взыскания. Летучка и планерки (производственные совещания работников редакции). Формы и методы контроля и проверки в редакции. Системность в контроле
	Аналитика в СМИ	
8	Аналитическая методология и ее роль в журналистике и обществе	Аналитическая методология как базовая категория профессиональных технологий современной журналистики. Аналитическая журналистика как

		средство оперативного исследования сегодняшних общественных явлений и получения ответов на важнейшие вопросы социальной жизни, рассмотрения актуальных событий, обоснования спорных точек зрения, обсуждения проблем, осмысления современных процессов, ситуаций. Особенности аналитики в современных изданиях
9	Эволюция аналитической культуры в журналистике	Из истории аналитической журналистики России. Выдающиеся мастера статейного жанра. Аналитическая журналистика в революционной российской прессе. Аналитическая журналистика в СССР. Мастера анализа советской прессы
10	Аналитический способ отображения действительности и жанрообразующие факторы в аналитической журналистике	Аналитический текст как результат реализации аналитического способа отображения действительности. Цели отображения действительности как жанрообразующий фактор: выявление причин социальных явлений, их оценка, прогнозирование их развития, выработка варианта воздействия на эти явлении. Предмет отображения в аналитическом тексте как жанрообразующий фактор: событие, процесс, ситуация, концепция, понятие, потребность, цель, результат, средство, действие, условие социальной деятельности. Влияние тематической определенности предмета: политической, экономической, экологической, спортивной и пр. на выбор жанра. Методы анализа действительности как жанрообразующий фактор: общетеоретические, формально-логические методы
11	Основные традиционные жанры аналитической журналистики, их особенности	Определение и развитие традиционных жанров аналитической журналистики в России: отчет, корреспонденция, интервью, беседа, комментарий, рецензия, реплика, обозрение, обзор СМИ, статья, письмо
12	Основные неожанры аналитической журналистики, их особенности. Расследовательская журналистика	Возникновение и становление новых жанров аналитической журналистики в России: прогноз, анкета, мониторин,. рейтинг, опрос, социологическое резюме, эссе, рекомендация, версия, эксперимент, исповедь, аналитический пресс-релиз. Современная расследовательская журналистика: функции, методы, формы, жанры
13	Основные критерии значимости аналитики и их применение при выборе жанровой формы	Понятие значимости текста. Прагматический аспект текста и его значимость. Семантический аспект текста и его значимость. Синтактический аспект текста и его значимость. Факторы, обеспечивающие прагматическую значимость текста: связь отображаемого события с актуальными потребностями, глубина последствий для аудитории и пр. Факторы, обеспечивающие семантическую значимость текста: выбор адекватных методов обоснования достоверности излагаемой информации. Факторы, обеспечивающие синтактическую значимость текста: выбор

		адекватного языка, структуры, способствующей легкости восприятия текста и пр. Выбор журналистом жанрового решения с учетом оценки значимости текстов при их создании как условие наиболее полноценной реализации стоящей перед ним задачи
14	Своеобразие подготовки аналитических текстов разных жанров для газетных и журнальных изданий	Различие в выборе жанровых решений аналитических текстов для газетных и журнальных изданий. Форматизация печатных СМИ и ее влияние на выбор жанровых форм аналитических текстов
	Медиакритика	
15	Медиакритика как наука и особый вид деятельности. Роль в журналистике и обществе	Медиакритика как раздел науки о массовых коммуникациях и особый вид аналитической деятельности. Способ критико-оценочного познания медийного содержания и актуальных проблем функционирования СМИ в обществе. Мировоззренческие парадигмы медиакритики. Особенности массового и профессионального сознания медиакритиков. Паттерны медиакритики. Характеристика медиакартины мира
16	Становление отечественной и зарубежной медиакритики	Предшественники медиакритики (литературная, театральная, музыкальная критика). Критическая публицистика в партийной печати. Специализированные журналы и искусствоведческий анализ в СССР и постсоветской России. Зарубежные исследователи медиа. Медиакритика как регулятор, способствующий нейтрализации и коррекции негативных проявлений в деятельности СМИ и в их информационном взаимодействии с обществом
17	Функциональное разнообразие медиакритики	Информационно-коммуникативная, оценочная, интерпретирующая функции, мониторинг содержания СМИ, обзор и анализ функционирования субъектов медиарынка. Регулирующая функция, функция социальной организации общества, рекреативная, контроля над медиабизнесом, коммерческая, функция просвещения и прогноза
18	Методология медиакритики	Медиакритика как область современной журналистики, осуществляющая критическое познание и оценку социально значимых, актуальных аспектов медиапроизводства. Социальный и культурный контексты критики, ее публицистическая природа
19	Типологические разновидности медиакритики	Типология изданий о медиа. Программы и рубрики о медиа. Радиопрограммы о медиа. Анализ медиа в сетевых изданиях. Жанровая специфика, особенности стиля и языка. Различные типы восприятия печатного и звучащего слова. Описание процесса создания передач на радио, телевидении и для Интернета. Телевизионная и кинокритика.

		Преобладание телевизионной критики в печатных СМИ и сетевых медиа. Рубрики в СМИ, посвященные ТВ и кино
20	Аудиторные особенности медиакритики	Адресаты критики: автор (творческий коллектив) анализируемого произведения; аудитория произведения; владельцы и управленцы медиа и смежных индустрий. Медиакритика в зависимости от характеристик субъектов творческо-критической деятельности, содержания критических произведений и объектов их воздействия делится на: академическую, профессиональную (внутрикорпоративную), массовую. Академическая представлена в научных журналах университетов, профильных институтов. Профессиональная – в профессиональных журналах и рубриках периодических изданий, массовая – в популярных массовых медиа и таблоидах («желтая» пресса). Массовое сознание аудитории (потребителей медийной информации) как объект медиакритики. Типы аудитории медиакритики (основные): сообщества профессионалов – создателей медийного содержания; академические сообщества исследователей массовых коммуникаций; массовая аудитория СМИ
21	Творческие технологии медиакритики	Жанровое разнообразие материалов о медиа. Система информационных и аналитических жанров: заметка, анонс, репортаж, интервью, обзор, реплика, мини-рецензия, статья, эссе, презентация результатов медиаисследований. Системы медийных рубрик: рубрики с четко выраженной оценочностью медийных произведений; рубрики без анализа медийного содержания СМИ; смешанные рубрики. Тематические направления медийной критики. Специфика медийной критики в Рунете. Особенности авторского стиля ведущих телекритиков

Литература к разделам «Подготовка текстов для конвергентного СМИ», «Технологии работы журналиста в конвергентном СМИ»:

Айрис А., Бюген Ж. Управление медиа-компаниями: реализация творческого потенциала

Амзин А. А. Новостная интернет-журналистика

Баранова Е.А. Конвергентная журналистика

Ворошилов В.В. Журналистика: учебник

Григорян М. Пособие по журналистике

Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ

Интернет-СМИ теория и практика / под ред. М.М. Лукиной

Колесниченко А.В. Настольная книга журналиста

Колесниченко А.В. Техника и технология СМИ

Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста

Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста

Лазутина Г. В., Распопова С. С. Жанры журналистского творчества

Лащук О. Р. Редактирование информационных сообщений

Лащук О.Р. Рерайтерские новостные сообщения создание и редактирование

МакКуэйл. Журналистика и общество

Накорякова К.М. Литературное редактирование общая методика работы над текстом. Практикум

Тертычный А. А. Жанры периодической печати

Тертычный А.А. Аналитическая журналистика

Фихтелиус Э. «НОВОСТИ. Сложное искусство работы с информацией

Шостак М.И. Репортер профессионализм и этика

Литература к разделам «Аналитика в СМИ», «Медиакритика»:

Зеленина Е.В. Профессиональные технологии современной журналистики

Колесниченко А.В. Техника и технология СМИ

Лазутина Г. В., Распопова С. С. Жанры журналистского творчества

Медиакритика в России творческие портреты / под ред. А.А. Левицкой

Тертычный А. А. Жанры периодической печати

Тертычный А.А. Аналитическая журналистика

Дисциплина **«Контент-стратегии современной журналистики»**

№ п/п	Темы	Содержание
	Медиапсихология	
1	Журналистика в эпоху информационных войн. Медиавирусы и манипулятивные технологии в работе СМИ	Обострение проблем информационного загрязнения среды и гиперэксплуатации психических ресурсов человека в условиях информационной войны. Информационная война как форма информационно-пропагандистскоговоздействия, направленного на дезориентацию и деморализацию аудитории посредством специально подготовленной информации. Искажение, ограничение и фальсификация информационных потоков – основное оружие информационно-психологической войны. Дезориентация, деморализация и нарушения

		идентичности – основные психологические последствия информационно-психологической атаки. Фальсификация, дезинформация, подлог, «фейки», вбросы и медиавирусы в арсенале современной информационной войны. Понятие медиавируса (Дуглас Рашкофф). Использование медиавирусов для «взлома», намеренного искажения и подмены культурных кодов: коллективных представлений, норм, ценностей. Атака на идентичность, инспирирование чувства коллективной вины как способ провоцирования патологий идентичности (негативная, диффузная, маргинальная идентичность, отказ от идентичности), подрыва национального самосознания и коллективной способности к сопротивлению. «Мягкие» и «жесткие» средства информационно-идеологического подавления личности и реформирования мышления:контроль сознания и «промывание мозгов». Средства контроля сознания. Этапы установления контроля над сознанием. Тотальный террор и тотальная пропаганда как взаимодополнительные условия реформирования мышления. Выявление и демаскировка информационно-пропагандистских технологий, медиатерапия информационных травм, поддержка национальной идентичностикак основные задачи журналистики в условиях информационных войн
2	Прикладные направления медиапсихологии: медиаэкспертиза, медиатерапия, медиаобразование. Задачи и сферы приложения	Медиапсихология как наука о закономерностяхстановления, взаимодействия и коэволюции индивидуальной и коллективной психики в процессах массовой коммуникации. Триединство прикладных направлений медиапсихологии: медиааналитики – медиатерапии – медиаобразования, – в решении практическихвопросов, связанных с выявлением приемов информационно-психологического воздействия, защиты личности и социума в массовой коммуникации. Принципиально аманипулятивный характер практических технологий и теории медиапсихологии. Задачи **медиааналитики:** анализ контента массовой коммуникации с точки зрения соблюдения принципов информационно-психологической безопасности; выявление психотехнологий массовых информационных кампаний и их последствий; психологические, юридические и этические аспекты журналистской деятельности. Задачи**медиатерапии**: разработка систем и способов психологической защиты от патогенных информационных технологий, профилактика и

		реабилитация информационных травм аудитории, психологическая реабилитация посредством массовой коммуникации, стабилизация психических состояний, формирование адекватных контролируемых реакций, содействие национальной самоидентификации и личностному самоопределению индивидов. Задачи**медиаобразования:**расширение знаний аудитории и самих журналистов об основных приемах воздействия СМИ и современных коммуникативных технологиях, повышение уровняадаптированности и информационно-психологической защищенности участников массовой коммуникации. Медиааналитика, медиатерапия и медиаобразованиекак базовый ресурс медиапсихологической защиты, отвечающий важнейшим тенденциям развития социума и человека в направлении самодетерминации и индивидуации
3	Методы психологической безопасности в работе журналиста	Журналист как источник и жертва информационнойтравмы. Инволюция функций СМИ в условиях информационных войн и дегуманизация работы журналиста.Обратное воздействие патогенных политтехнологий на личность журналиста. Деформация личности коммуникатора в результате применения манипулятивных стратегий и деструктивных психотехнологий. Социопатические проявления и невротические сбои в работе журналиста. «Двойные стандарты» как расчеловечивание коммуникации, отказ от принципов общечеловеческой этики. «Двойные послания» как проявление внутреннего конфликта журналиста. Личностный выбор в условиях информационной войны: психологические последствия. Понятиетипосиндрома ведущего публициста. Предупреждение и коррекция психологических травм журналиста.Принципы медиатерапии применительно к работе репортера, обозревателя, главного редактора, владельца СМИ.Факторы стрессоустойчивости личности. Методы психологической саморегуляции и самопомощи журналиста в экстремальных обстоятельствах. Копинг-стратегии (механизмы совладающего поведения) в работе журналиста. Обеспечение информационно-психологической безопасности аудитории как основное условие психологическойбезопасности журналиста. Фундаментальные этические принципы журналистики «не утаи» и «не навреди», верность профессиональной идентичности – индикатор

		личностной и профессиональной состоятельности журналиста
4	Понятие информационной травмы. Профилактика и реабилитация информационных травм аудитории	Понятие информационно-психологической травмы. Посттравматическое стрессовое расстройство (ПТСР). Информационная травма и коллективные стрессовые состояния. Мониторинг психической напряженности в обществе. Деструктивные и конструктивные способы подачи стрессогеннойинформации. Ближайшие и отдаленные последствия психологической травматизации общества. «Стокгольмский синдром» как личностное и коллективное психическое расстройство. Профилактика информационных травм. Принципы психологической реабилитации, стабилизации психических состояний, формирования адекватных контролируемых реакций. Факторы стрессоустойчивости аудитории. Понятие медиатерапии. Копинг-стратегии (методы психологической помощи аудитории) и смысловыявляющие тексты в работе журналиста.Активизация механизмов саморегуляции и самоорганизации общества как цель медиатерапии. Моделирование медиаконентаизданий с целью психологической защиты и поддержки аудитории, содействия национальной самоидентификации и личностному самоопределению индивидов
	Содержательные концепции и практики российских СМИ	
5	Контент-стратегии СМИ: содержание и структура понятия	Понятия информационного продукта, медиаконтента, повестки дня, медиарепрезентаций, медиадискурса. Журналистский и нежурналистский контент СМИ в связке с профессиональными обязанностями журналиста.Понятие контент-стратегий. Технологические платформы, аудиторные приоритеты и ценностные установки как факторы формирования информационной политики СМИ. Медиаконтент как реализация информационной политики. Миссия, программа, девиз. Понятие содержательной модели СМИ и ее структура. Ребрендинг как отражение смены содержательных концепций
6	Информационные стратегии печатных СМИ	Печатные СМИ на медиарынке. Тенденции развития печатных СМИ. Контент-стратегии качественных и массовых газет, журнальной периодики и специализированных СМИ. Ценностные установки как фактор дифференциации медиаконтента. Аудиторный фактор. Наиболее показательные примеры содержательных концепций газет и журналов. Сетевые конфигурации печатных СМИ. Контент региональных СМИ
7	Контент-стратегии	История становления отечественного телевидения.

	современной российской телевизионной журналистики	Особенности телевизионного контента и восприятия его аудиторией. Принципы формирования телевизионного контента. Состояние журналистского контента на телеэкране. Жанры телевизионной журналистики. Анализ основных каналов и программ
8	Контент-стратегии современного российского радиовещания	История радиовещания: краткий обзор основных этапов. Особенности радиоконтента. Принципы формирования контента. Виды радиостанций. Информационное и музыкально-разговорное радио. Основные форматы. Жанры радиожурналистики. Радио в интернете. Подкасты
9	Тематическая структура современных СМИ: основные направления	Понятия информационного продукта, медиаконтента, повестки дня, медиарепрезентаций, медиадискурса. Журналистский и нежурналистский контент СМИ в связке с профессиональными обязанностями журналиста. Понятие «повестка дня». Медийная повестка. Полиструктурность повестки дня: тематическая, типологическая, коммуникационная структуры повестки. Понятие контент-модели. Сферы общественной жизни и тематические повестки: политическая, гуманитарная, деловая и др. Организационное и дизайнерское оформление тематической структуры медиаконтента

Литература к разделу «Медиапсихология»:

Пронин Е.И. Психологические проблемы современной журналистики // Проблемы иедиапсихологии

Пронин Е.И., Пронина Е.Е. Новейшие информационные технологии и феномен человека

Пронина Е.Е. Категории медиапсихологии: факты, феномены, фантомы. Человек как субъект и объект медиапсихологии

Пронина Е. Е. От эволюции медиа к эволюции журналистики Коммуникативная культура история и современность

Кириченко А.С., Пронина Е. Е. Постправда патогенез медиавируса

Пронина Е. Е. СМИ и социальный стресс

Пронина Е.Е. Информационная война и коллективные стрессовые состояния. Психическое здоровье человека и общества

Литература к разделу «Содержательные концепции и практики российских СМИ»:

Презентации лекций.

Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. Концепция современного периодического издания

Круглова Л., Болотова Е. Ночной эфир информационных радиостанций

Медиасистема России / под ред. Е.Л. Вартановой

Фролова Т.И. Гуманитарная повестка российских СМИ

Дисциплина «**Методы исследования журналистики**»

№ п/п	Темы	Содержание
1	Методология и методы науки: основные понятия	Журналистика как объект научного исследования. Основные понятия методологии науки. Уровни методологии науки: философская методология, общенаучная методология, конкретно-научная методология. Методологические принципы исследования журналистики. Теоретические и эмпирические, качественные и количественные методы. Наука как один из способов познания мира. Научные революции и смена научных парадигм. Классическая, неоклассическая и постнеоклассическая наука. Междисциплинарный и комплексный подходы в современном научном исследовании
2	Исследование журналистики в контексте современных научных парадигм	Информационная парадигма как методологическая основа исследования журналистики. Классическая, модернистская и постмодернистская концепции информационного пространства. Исследование журналистики в контексте цивилизационных парадигмМоноцивилиазционная парадигма и глобальный журнализм.Полицивилизационная парадигма: международные медиаисследования. Синергетика как современное научное направление. Специфика изучения журналистики в контексте синергетической парадигмы
3	Теоретические методы исследования журналистики	Теоретические методы исследования. Этапы научного исследования.Принципы моделирования, классификации и типологии в науке.Работа с основными понятиями журналистики. Анализ и интерпретация данных исследования. Источники информации для научного исследования. Базы данных Интернета. Этапы работы над рукописью. Требования к научной публикации.Специфика работы над магистерской диссертацией
4	Исторические методы изучения журналистики	Исторические методы. Специфика исторических методов в исследовании журналистики.Работа в

		архивах. Изучение периодических изданий и персоналий в контексте исторических эпох. Биографический метод в изучении журналистов
5	Социологические и статистические методы изучения журналистики	Социологические подходы и методы изучения журналистики. Этапы научного исследования. Выбор темы. Программирование научного исследования: определение проблемы, цели, задачи, объект, предмет, методологические основания, определение понятий, гипотезы, методы и содержание исследования. Выборка в социологическом исследовании. Понятие репрезентативности выборки
6	Опросный метод в медиаисследованиях	Возможности применения метода опроса в изучении журналистики: анкетирование и интервьюирование экспертов (руководителей изданий и журналистов), аудитории и авторов издания. Виды опросов. Структура опросника. Типы и виды вопросов. Методика проведения опросов
7	Метод контент-анализа в исследовании журналистики	Специфика социологического метода контент-анализа. Основные понятия, категории, признаки контент-анализа. Границы применения метода. Специфика выборки. Особенности составления кодификатора для изучения СМИ. Интерпретация результатов контент-анализа

Литература:

Свитич Л.Г. Актуальные проблемы современной науки и журналистика

Свитич Л.Г. Социология журналистики

Свитич Л.Г. Журналист и аудитория Т. 1

Свитич Л.Г. Журналисты и аудитория Т. 2

Фомичева И.Д. Социология интернет-СМИ

Вопросы к государственной итоговой аттестации (ГИА)

по направлению 42.04.02 «Журналистика» для студентов магистратуры

(годы обучения: 2019-2021)

Магистерская программа

«Теория и технологии современной журналистики»

1. Особенности подачи текстовой информации в конвергентных СМИ.
2. Жанровая структура конвергентного СМИ.
3. Эволюция текстовых жанров под влиянием Интернета.
4. Подготовка новостных текстов в конвергентных СМИ.
5. Подготовка репортажных текстов в конвергентных СМИ.
6. Подготовка интервью в конвергентных СМИ.
7. Подготовка аналитических статей в конвергентных СМИ.
8. Подготовка авторских колонок в конвергентных СМИ.
9. Подготовка портретных текстов в конвергентных СМИ.
10. Подготовка мультимедийных лонгридов.
11. Особенности заголовков и лидов в конвергентных СМИ.
12. Редакционные структуры конвергентных СМИ.
13. Особенности работы редактора в конвергентном СМИ.
14. Компетенции современного журналиста.
15. Фактчекинг в конвергентных СМИ.
16. Основные подходы к анализу действительности в аналитическом тексте.
17. Трансформация аналитических жанров в современной журналистике.
18. Критерии выбора объекта для отображения в аналитической журналистике.
19. Эмпирические и теоретические методы в аналитической журналистике.
20. Сочетание технологических и творческих подходов как условие эффективной деятельности журналиста.
21. Журналистские расследования как инструмент социального контроля.
22. Медиакритика как вид аналитической журналистики.
23. Медиакритика как оценочно-познавательная область медиасферы.
24. Медиакритика как регулятор деятельности журналистов.
25. Медийная критика как форма развития гражданской культуры и саморегулирования экспертного сообщества.
26. Типология печатных изданий, интернет-СМИ, теле- и радиопрограмм о медиа.
27. Жанровая специфика, особенности языка и стиля в медиакритике.
28. Основные компоненты медиакритического произведения.
29. Психологические аспекты выбора события для отображения в СМИ.
30. Этические стандарты журналистики и медиакритика.
31. Факторы формирования информационной повестки дня.

32. Повестка дня как полиструктурное понятие. Компоненты структур повестки дня.
33. Формы и методы медиакритики.
34. Человек в массовой коммуникации: информационное давление и суверенность личности.
35. Массмедиа как орудие и средство медиатерапии.
36. Коммуникативная открытость и информационная безопасность. Стратегия поведения журналиста в условиях социально-политической антиномии.
37. Антропоцентрированные и медиацентрированные модели массовой коммуникации.
38. Моделирование имиджа издания и воплощение его в системе разделов, рубрик и фирменном стиле.
39. Понятие информационной травмы. Посттравматические стрессовые расстройства в индивидуальном и массовом поведении.
40. Психотравмирующие факторы социальной среды и массовой коммуникации. Роль массмедиа в преодолении и профилактике массовых травматических явлений.
41. Факторы стрессоустойчивости индивида. Методы психологической саморегуляции и самопомощи журналиста в экстремальных обстоятельствах.
42. Психологические принципы презентации потенциально стрессогенной информации.
43. Конструктивные и неконструктивные варианты освещения травматических событий. Критерии психологической безопасности информационной среды.
44. Обратное воздействие патогенных политтехнологий на личность журналиста. Предупреждение и коррекция психологических травм журналиста.
45. Особенности научного знания и его отличие от обыденного знания.
46. Теоретическая сущность и критерии научности исследования.
47. Теоретические методы исследования журналистики.
48. Эмпирические методы исследования журналистики.
49. Метод контент-анализа при исследовании содержания СМИ.
50. Опросные методы в исследованиях журналистики.
51. Формула Лассуэлла и типы объектов при исследованиях журналистики.
52. Типовая структура научной статьи.