

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

**ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ЭКЗАМЕНА ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ
ПРОГРАММЕ 8D03201- ЖУРНАЛИСТИКА**

Костанай, 2020

Содержание

Введение	4
Основная часть	5
Список экзаменационных вопросов	11
Список рекомендуемой литературы	14

Введение

Общие положения и требования

Общая характеристика направления подготовки доктора PhD

Подготовка докторов должна осуществляться в соответствии с ГОСПО от 31.10.2018г. № 604, «Классификатор специальностей бакалавриата, магистратуры и докторантуры Республики Казахстан».

В докторантуре подготовка специалистов проводится по направлениям:

- научному и педагогическому;
- профильному.

Выпускникам докторантуры научно-педагогического направления по специальности 6D050400-Журналистика присуждается степень – доктор философии (PhD); присуждаемая степень профильного направления – доктор социальных наук.

Виды профессиональной деятельности.

Доктора философии (PhD) по специальности 6D050400-Журналистика могут выполнять следующие виды профессиональной деятельности:

- педагогическая;
- производственно-управленческая;
- научно-исследовательская.

Доктора социальных наук по специальности 6D050400-Журналистика могут выполнять следующие виды профессиональной деятельности:

- производственно-управленческая;
- научно-исследовательская.

Конкретные виды деятельности определяются содержанием образовательно-профессиональной программы, разрабатываемой вузом.

Сроки обучения: нормативная продолжительность освоения образовательной программы докторантуры составляет: для докторантуры (PhD) – 3 года, докторантуры профильной – 3 года.

Требования к уровню подготовки поступающих.

Предшествующий минимальный уровень образования лиц, желающих освоить образовательные программы докторантуры – магистратура.

Порядок приема граждан в докторантuru устанавливается в соответствии с Типовыми правилами приема в организации образования, реализующие профессиональные учебные программы послевузовского образования.

Поступающий должен иметь документ государственного образца послевузовского образования – магистратуры.

Условия конкурсного отбора.

Прием в докторантuru осуществляется в соответствии с Типовыми правилами приема в докторантuru высших учебных заведений РК.

На комплексный экзамен выносятся следующие дисциплины:

- **Современные медиа технологии;**
- **Политико – экономические и социальные аспекты формирования СМИ Казахстана;**
- **Современные научные концепции массовой коммуникации.**

Основная часть

Содержание дисциплин

1 Современные медиа технологии

Модуль 1. История и развитие концепции новых медиа

1.1 Общее понимание курса. Формирование концепции новых средств массовой информации, история

Источники информации, специальный обзор литературы. Анализ современного уровня медиатехнологий страны. Цифровой и высокотехнологичный век журналистики, важность развития нового направления.

1.2 Новые медиа как мощный инструмент для социальных изменений и информационной безопасности.

Влияние развития традиционных медиа-технологий, а также появление новых форм средств массовой информации, концепция журналистики в становлении передовых технологий, новое содержание и новые формы. Методы косвенного воздействия на государственные средства массовой информации. Государственный контроль потока информации в интернете и социальных сетях.

1.3 Влияние современных технологий на традиционную журналистику.

Появление интернет-журналистики и вытеснение традиционных средств массовой информации, логическая последовательность. Пресс анализ причин снижения спроса на читателей. Способность конкурировать с требованиями современной и профессиональной прессы.

1.4 Развитие современных медиатехнологий.

Сообщения электронной почты. Передовые технологии, используемые в профессиональной деятельности журналиста. Наличие и развитие цифровых технологий. Увеличение числа потребителей новых средств массово информации.

1.5 Система телевидения страны и интернет-новости.

Анализ опыта локального вещания телевизионных онлайн каналов. Определение направленности развития мультимедийной журналистики в стране. Особенности интернет-новостей и интерактивных методов коммуникации анализа. Анализ опыта зарубежных телеканалов, нового творческого направления.

Модуль 2. Формы электронной коммуникации в социальной журналистике.

2.1 Электронные формы коммуникации и социальной журналистики.

Цифровое интерактивное вещание, Интернет, появление новой информационной среды и растущее идеологическое влияние, воздействие. Конкуренция между традиционными и современными средствами массовой информации. Увеличение числа потребителей в социальных сетях и способы разрешения проблемы с правовой и этической точек зрения.

2.2 Интернет-связь: основной текст и изображение

Интернет стал универсальным средством коммуникации и информации. Установка интерактивных функций связи, эффективные способы общения с аудиторией. Особенности онлайн вещания и влияние аудитории.

2.3 Новые типы носителей: мобильные презентации цифровая передача данных, интернет-сообщества, интерактивная трансляция через Интернет, CD и DVD медиа

Новые виды средств массовой информации в стране, в каждом секторе общества, в том числе журналистики, особенно на телевидении, радио и мультимедиа экспертной системы и особенности их применения в области журналистики

2.4 Развитие внешней интернет-журналистики

Развития интернет-журналистики в стране, в областях знаний, всемирно известных зарубежных информационных агентств и телевидения, радиовещания опыт и знания в Интернете. Анализ с точки зрения жанра и анализа тематического контента.

2.5 3-Д виртуальный мир и его влияние на аудиторию

Всестороннее развитие средств массовой информации в процессе глобализации. Медиа влияние на развитие передовых технологий. Наблюдение замены реальной жизни на виртуальный мир и негативное влияние. Выгода последнего.

Модуль 3. Онлайн журналистика и основы законодательного регулирования.

3.1 Поток информации в виде аудио и видео. Высоко-интерактивные пользовательские интерфейсы

Непрерывный поток информации в формате аудио и видео потока информации: выбор темы и содержания, а также контроль и регулирование на правовой основе. Вопрос контроля и свободы.

3.2 Новые медиа и аудитория.

Обратная связь: интерактивная обратная связь с клиентом, по усмотрению потребителей, чтобы показать творческий потенциал потребительского доступа к материалу, и где когда-либо ощущение свободы. Создавать и менять содержание своего продукта. Социальный аспект на тв и радио, а также методы анализа установления контакта с аудиторией.

3.3 Правовое регулирование онлайн-журналистики и правовые аспекты.

Новая коммуникационная среда. Творческая свобода и свобода выражения мнений в медиасфере. Услуги со стороны средств массовой

информации, Интернета и мира в отношении урегулирования юридических документов.

3.4 Мультимедийный журналист: ИТ технологии и творческие навыки.

Поведение современных профессиональных журналистов: профессиональный подход, производительность труда, творческий подход, грамотность. Сбор данных, проектирование, создание и управление новым подходом. Мультимедийный журналист, особенности традиционных репортеров.

Цифровые мультимедийные функции: работать в интернете, умение работать с помощью специальных программ, необходимых для выполнения обязанностей профессионального журналиста, компактная форма материала, информировать понятным языком, короткие, сжатые по размеру и в интерактивной форме.

2 Политико-экономические и социальные аспекты формирования СМИ Казахстана

Введение. Цель и задачи курса. Начальный период 1991-1997 гг. - утверждение новых изданий СМИ. 1997-2007 гг. – период формирования основной базы СМИ, ее стабилизация, перераспределение медиаресурсов в связи с экономическим кризисом. 2008 г – процесс адаптации после экономического кризиса, образование крупных медиахолдингов. Современный процесс развития СМИ в Казахстане. **Постсоветская медиаструктура Казахстана: печать, визуальные СМИ, новые форматы радио, кабельные сети, Интернет.** Распад СССР и новые условия информационного обеспечения в суверенных государствах. Понятие «постсоветская медиаструктура Казахстана» и ее содержание. Основные этапы осуществления формирования медиа в РК после получения независимости. Виды медиаструктур на примере стран СНГ. Медиаструктуры в стабильных и нестабильных обществах. Политико-властные процессы, проводимые законодательной, исполнительной и судебной властями в РК относительно средств информации. **Эволюция отношений СМИ и государства в Казахстане.** Правовые отношения СМИ и общества. СМИ и парламента. Проблемы реформирования новой государственной идеологии. Расстановка и соотношение социально-политических сил в медиапространстве страны. Возникновение медиа холдингов республиканского и областного масштабов. Факторы эффективности участия субъектов медиаструктуры в жизни общества. Методы и технологии политических манипуляций СМИ. Влияние СМИ на электоральное поведение. Использование инструментов СМИ для оказания влияния на политическое состояние общества. Электорат, кандидаты в депутаты, СМИ в процессе избирательных кампаний в РК. **Влияние СМИ на процесс политической социализации.** СМИ в процессе социализации личности, формирования гражданских качеств, участие в политической жизни общества. Сущность и

содержание политической социализации. Роль политической культуры и идеологии в формировании ценностных ориентиров и установок личности. Общие принципы социальной сферы журналистики. Социальная политика государства. Социальная проблематика в изданиях казахстанской журналистики. Актуальная социальная проблематика. Творческое своеобразие социальной журналистики. Особенности социальной журналистики в современном Казахстане. **Закономерности формирования и развития информационного в Казахстане** Применение СМИ в экономической сфере. Разработка стратегии медиаструктур, определение ориентиров в решении экономических задач с целью усиления конкурентоспособности медиаорганизаций. Формы и методы поддержки государством медиаструктур как государственных, так и частных. Государство в решении вопросов конкурентоспособности казахстанских СМИ в условиях глобализации. Информационный рынок. Журналистская информация как товар. Аспекты и структура информационного рынка. Формы организации медиабизнеса. Проблемы собственности в медиабизнесе. Финансовый капитал на информационном рынке РК. Процесс концентрации средств массовой информации. Иностранный капитал на информационном рынке РК. **Модернизация СМИ Казахстана** Сущность модернизации СМИ, ее критерии и типы. Основные направления и теории модернизации СМИ. Причины нестабильности развития СМИ в переходный период. Механизмы повышения модернизационных процессов в медиасфере. Развитие спутникового, кабельного, цифрового ТВ. Интернет и Интернет-журналистика. Мобильные СМИ как фактор модернизации. Аудиовизуальные СМИ. Новые медиа как фактор модернизации СМИ. Интернет- прообраз будущей медиасистем. Перспективы модернизации СМИ современного Казахстана.

Информационное пространство Казахстана. Информационная безопасность. Введение в понятие «информационное пространство». Границы информационного пространства. Роль СМИ в международных отношениях. Глобализация и локализация СМИ Казахстана. Демократизация информационного пространства. Характеристика состояния СМИ РК в условиях мирового экономического кризиса. Дипломатия и журналистика в решении международных вопросов политического и экономического характера. Информационная безопасность информационного пространства.

Прогнозирование СМИ как метод научного предвидения. Прогнозирование как метод научного обоснование дальнейшего развития медиаструктуры РК. Объекты, предметы, сроки и классификация прогнозирования медиаструктуры в государстве. Основные методы научного прогнозирования: экспертная оценка, коллективная генерация идей («мозговая атака»), построение сценариев и проч. Прогнозная экспертиза в политологии. Прогнозирование будущих медиа-процессов Казахстана: возможные варианты развития.

Медиаэлиты и медиалидеры Казахстана. Понятие, функции и структура медиаэлиты. Теории элитизма (Г.Моска, В.Парето). Концепция плурализма элит. Классификация элит. Элита и контрэлита. Особенности эволюции

казахстанской медиа-элиты: исторические, культурные, этнические особенности ее формирования. Имидж медиа-институтов Казахстана.

Избирательные медиа-технологии в Казахстане. Законодательная база медиатехнологий. Особенности использования СМИ в период выборов. Избирательная кампания в СМИ. Участники избирательных кампаний. СМИ в создании имиджа избранника народа. Избирательная инфраструктура. Организация избирательных кампаний и управление. Информационно-аналитическое сопровождение избирательных кампаний. Политические технологии избирательных кампаний. Выборы в органы политической власти в РК. Особенности политического поведения казахстанских избирателей.

3 Современные научные концепции массовой коммуникации

Предмет и задачи спецкурса. История вопроса. Понятие о теории массовой коммуникации. Общее представление о курсе. Источниковая база по теме дисциплины. Специальная литература. Зарубежные теории печати и других СМИ. Возникновение, развитие и современное состояние основных концепций (авторитарной, свободы печати, социальной ответственности журналистики). Общественная сфера в работах Ю. Хабермаса: роль концепции в становлении демократических СМИ в постсоциалистических странах. Воздействие философии постмодернизма и теории информационного общества на современные теории СМИ.

Теоретические концепции и методы. Массовые средства информации, массовая культура и фольклор. Шиллер, Шрам, Маклюен о массовой культуре и коммуникации. Теория социальной ответственности журналиста в трактовке французских исследователей журнализа. Казахстанские ученые о массовой культуре. Ключевые идеи Маршалла Маклюена. Основные этапы развития цивилизации по теории канадского социолога. Критика теории Маклюена в работах в книге «Маклюен: за и против».

Глобальное информационное пространство в условиях мобильной коммуникации. Глобальное общественное пространство и глобальная публичная сфера. Открытый доступ к глобальной информации как возможность общения на международном уровне. Национальные публичные сферы и включенность их в мировую информационную среду, создание глобального ареала публичной сферы. Возникновение – глобализма и антиглобализма в медийном пространстве.

«Мозаичная культура» СМИ. Теория знаковой культуры СМИ, роль семантики и лингвистики. Разрушение мифа об объективности СМИ. Бен Багдикян «Монополия на средства информации» и Влияние частного предпринимательства на состояние массовой коммуникации в книге Эрика Барноу «Трубка изобилия». Новости как мир знаковых коммуникаций. «Постиндустриальное общество» в трактовке Даниела Белла в его книге «Приход постиндустриального общества».

Современные концепции средств массовой информации и коммуникации в переходный период. Информационное общество. От теории к реальностям. Информация как определяющий фактор современного развития. Информационные ресурсы и важнейшие каналы их распространения. Информационное общество: современные концепции, определения, реальность. СМИ в условиях перехода развитых стран к информационному обществу. СМИ Казахстана в условиях развития информационного общества. Специфика казахскоязычных СМИ.

Список экзаменационных вопросов

Современные медиа технологии

1. История развития спутникового ТВ. Создание международной спутниковой организации «Интелсат», вхождение в нее Казахстана.
2. Рыночная глобализация, прямая глобализация и ее явные и психологические проявления
3. Новые СМК. Развитие информационных технологий и их влияние на традиционные и новые СМК.
4. Конвергенция как понятие, доминирующее в медиа-менеджменте, включая производство контента.
5. Современные концепции информационного общества.
6. Казахстанский медиа-рынок и конвергентная журналистика.
7. Формирование новой бизнес-модели.
8. Новые медиа холдинги Казахстана, соединяющие прессу, радиокомпании, телекомпании страны.
9. Признаки конвергенции на региональном медиапространстве (Костанайская область).
10. Спутникое, кабельное ТВ в Казахстане, в России и странах СНГ.
11. Коммуникационные медиа магнаты: Р.Мэрдок, Р.Маквел, С.Берлускони, Т.Тернер и др.
12. Обзор и характеристика новых ИТ, новых СМК: интерактивное, цифровое вещание, кабельно-спутниковое ТВ, оптоволоконное, телевидеотекст, Интернет, электронные издания и др.
13. Революция в сфере ИКТ. Основные этапы развития информационных технологий.
14. Виды глобализации в мире и Казахстане, ее движущие силы, главные эффекты, вызовы проводимой политике, уровень решения проблем.
15. Современная ситуация мировой коммуникации как постепенный переход от доминирующего влияния государственных структур к влиянию крупных корпораций.
16. Новое информационное пространство Республики Казахстан.
17. ТАЕ – Транс-Азиатско-Европейская коммуникационная магистраль. ВОЛС – волоконно-оптическая линия связи в Казахстане.
18. Демассификация. Дигитализация. Процесс глобализации, приватизации и коммерциализации.
19. Медиа-холдинг «Арна-медиа и Нур медиа» - площадка для взаимодействия бумажных СМИ, радиостанций и телепроектов.
20. Коммуникационная глобализация – проблемы и перспективы.
21. Конвергентная журналистика как веяние современности.
22. Современные научные концепции и исследования общественно-политической конвергенции.
23. Изменение подходов к управлению информацией, реконструкция организационной структуры СМИ.

24. Видеотекст. Цифровое вещание. Интерактивные СМИ.
25. Формирование новой бизнес-модели СМИ.

Политико – экономические и социальные аспекты формирования СМИ Казахстана

1. Электорат, кандидаты в депутаты, СМИ в процессе избирательных кампаний в РК.
2. Особенности социальной журналистики в современном Казахстане.
3. Роль политической культуры и идеологии в формировании ценностных ориентиров и установок личности.
4. Информационный рынок. Журналистская информация как товар.
5. Причины нестабильности развития СМИ в переходный период.
6. Механизмы повышения модернизационных процессов в медиасфере.
7. Развитие спутникового, кабельного, цифрового ТВ в РК.
8. Интернет и Интернет-журналистика. Мобильные СМИ как фактор модернизации.
9. Характеристика состояния СМИ РК в условиях мирового экономического кризиса.
10. Новые медиа как фактор модернизации СМИ.
11. Информационная безопасность информационного пространства.
12. Дипломатия и журналистика в решении международных вопросов политического и экономического характера. Теории элитизма.
13. Прогнозирование как метод научного обоснование дальнейшего развития медиаструктуры РК.
14. Особенности эволюции казахстанской медиа-элиты: исторические, культурные, этнические особенности ее формирования.
15. Особенности социальной журналистики в современном Казахстане
16. Информационно-аналитическое сопровождение избирательных кампаний.
17. Распад СССР и новые условия информационного обеспечения в суверенных государствах.
18. Возникновение медиа холдингов республиканского и областного масштабов.
19. Социальная политика государства. Социальная проблематика в изданиях казахстанской журналистики.
20. Прогнозирование будущих медиа-процессов Казахстана: возможные варианты развития.
21. Глобализация и локализация СМИ Казахстана. Демократизация информационного пространства.
22. Понятие «информационное пространство». Границы информационного пространства.
23. Процесс концентрации средств массовой информации.
24. Иностранный капитал на информационном рынке РК.
25. Методы и технологии политических манипуляций СМИ.

Современные научные концепции массовой коммуникации

1. Понятие коммуникации и междисциплинарный характер коммуникационного знания.
 2. Объект и предмет теории коммуникации.
 3. Законы теории коммуникации.
 4. Теории массовой коммуникации.
 5. Понятие массовой коммуникации.
 6. Система функций массовой коммуникации.
 7. Аудитория массовой коммуникации.
 8. Обратная связь и основные коммуникативные барьеры в массовой коммуникации.
 9. Сравнительный анализ вербальной и невербальной коммуникации.
 10. Понятие межличностной коммуникации. Аксиомы межличностной коммуникации.
 11. Развитие представлений о коммуникации в рамках эволюции организационной теории.
 12. Понятие и сущность процесса социальной коммуникации.
 13. Субъектно-субъектный характер социальной коммуникации.
- Взаимоотношение терминов «коммуникация» и «общение».
14. Постулаты и условия эффективной коммуникации.
 15. Типология коммуникации.
 16. Полисемантичность понятия информации.
 17. Ресурсный и коммуникативный подходы к проблеме информации.
 18. Соотношение понятий «информация» и «знание». Когнитология как современная наука.
 19. Метод моделирования в исследовании коммуникации. Основные структурные модели коммуникации.
 20. Коммуникативная модель Г. Лассуэлла и анализ ее основных элементов.
 21. Коммуникативная модель Шеннона—Уивера.
 22. Модель двухступенчатой коммуникации Лазарсфельда—Клаппера.
 23. Современное развитие модели двухступенчатой коммуникации.
 24. Линейные модели коммуникации и их общая характеристика.
 25. Структурные модели коммуникации и их общая характеристика.

Список рекомендуемой литературы

Современные медиа технологии:

1. Вартанова В. К чему ведет конвергенция СМИ.-М.,1999.
2. Гавриленко А. Ньюсрумы – СМИ XXI века.-М.,2001.
3. Засурский И. Масс-медиа второй республики.-1999.
4. Калмыков А. Интернет-журналистика.-М.,2005.
5. Кихтан В. Информационные технологии в журналистике. –М.,2004.
6. Костыгова Ю. Сетевые и печатные СМИ: конвергенция или антагонизм? –М.,2001.
7. Рэндалл Д. Универсальный журналист. – СПб.,2000.
8. Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. –М.,1998.
9. Почепцов Г. Теория коммуникации. – М.,2001.
10. Орлова В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке.-М.,2003.
11. Льюис М. NEXT. Будущее уже началось. –СПб.,2004.
12. Практическая журналистика в Казахстане.- Алматы, 2008.

Политико-экономические и социальные аспекты формирования СМИ Казахстана:

1. Ибраева Г. Масс-медиа в политической структуре общества.-Алматы, 2000.
2. Власенко С. Правовые аспекты журналистской деятельности в Республике Казахстан.-Алматы,2002.
3. Печать, телевидение и радиовещание Казахстана. –Алматы,1998.
4. Политкорректность в СМИ Казахстана.-Алматы, 2007.
5. Практическая журналистика в Казахстане.-Алматы, 2008.
6. Олешко В. Журналистика как творчество.-М.,2003.
7. Вулф Т. Новая журналистика.-М.,2002.
8. Масс-медиа в Казахстане. Законы, конфликты, правонарушения.-Алматы, 2003.
9. Юридический путеводитель для СМИ и журналистов.-Караганда, 2003.
10. Гессен М., Назари М. По жизни. Пособие по социальной журналистике. –М.,2002.

Современные научные концепции массовой коммуникации

1. Ашин Г.К. и др. Социология политики.-М., 2001
2. Березин В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации.-М., 2007.
3. Березин В.М. Массовая коммуникации: сущность, каналы, действия. – М., 2006.
4. Буданцев Ю.П. Парадигма массовой коммуникации. М., 2007
5. Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. Спб, 2001

6. Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованная социальное действие // Макаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. – М., 2007
7. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. – СПб., 2007
8. Федотова Л.Н. Социология массовых коммуникаций. М.-Спб., 2007
9. Почепцов Г. Медиа. Теория массовых коммуникации. Альтерпрес., 2008 г.
10. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. Альтпрес, 2008 г.
11. Практика и теория массовой коммуникации. Научный подход к изучению СМИ. М. 2008
12. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М., 1990
13. Энтин В.Л. Правовое регулирование деятельность прессы за рубежом. М., 2002
14. Нэсбитт Д., Эбурдин П. Что нас ждет в 90 годы. Мегатенденции. Год 2000., М., 2002