

МИНИСТЕРСТВО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Донецкий государственный медицинский университете им. М. Горького»
Министерства здравоохранения Российской Федерации

УТВЕРЖДЕНО

Проректор по науке и инновационному
развитию ФГБОУ ВО ДонГМУ
Минздрава России

Н.Н. Бондаренко

«10» *ноября* 2025 г.

ПРОГРАММА

вступительного испытания

**по специальной дисциплине для поступающих на обучение по
программам подготовки научных и научно-педагогических кадров в
аспирантуре**

Группа научных специальностей: 5.9. Филология

Научная специальность: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Донецк,
2025

Структура вступительного экзамена

Форма проведения - устный опрос. Результат по билетам оценивается по 5 балльной шкале. Итоговая оценка выставляется комиссией на основе оценки за каждый вопрос.

Оценка уровня знаний (баллы):

Каждый вопрос оценивается по пятибалльной шкале.

"Отлично" – 5 баллов (по 5-балльной шкале);

"Хорошо" - 4 балла (по 5-балльной шкале);

"Удовлетворительно" – 3 балла (по 5-балльной шкале);

"Неудовлетворительно" - 0-2 балла (по 5-балльной шкале).

Критерии оценивания

	Баллы
Ответ полный без замечаний, продемонстрировано рабочее знание предмета.	5
Ответ полный, с незначительными замечаниями	4
Ответ не полный, существенные замечания	3
Ответ на поставленный вопрос не дан	0 - 2

Содержание

1. Возникновение журналистики в России. Петровские «Ведомости».
2. Мильтон и концепция свободы печати.
3. Сатирическая журналистика в России конца XVIII века.
4. В.Г. Белинский и журналистика 30-х и 40-х гг. XIX в.: «Отечественные записки» и «Современник».
5. Журнал «Современник» в 60-е гг. XIX в. Эпоха реформ. Крестьянская тема.
6. Ведущие русские либеральные издания последней трети XIX в. «Вестник Европы», «Русские ведомости» и др.
7. Отечественные записки под редакцией Н.А. Некрасова, М.Е. Салтыкова-Щедрина в период развития капитализма./1868-1884/.
8. Зарубежная журналистика 40-х гг. XIX в.
9. Отечественная журналистика начала XX века.
10. Журналистика периода Октябрьской революции и гражданской войны.
11. Средства массовой информации в условиях административно-командной системы /конец 20-х-30-х гг./. XX В.
12. Журналистика периода Великой Отечественной войны.
13. Послевоенная советская журналистика как единый пропагандистский комплекс: особенности организации и функционирования.
14. Выдающиеся отечественные журналисты XX-XXI вв.
15. Основные редакционно-издательские концерны и корпорации Запада.
16. Средства массовой информации стран Центральной и Восточной Европы в 90-е гг. XX века.
17. Международные правовые акты, регламентирующие деятельность СМИ.
18. Выдающиеся западные журналисты XX-XXI вв.
19. Правовые основы деятельности журналиста.
20. Виды журналистской деятельности: редакторская, организаторская, авторская.
21. Планирование работы редакции газеты.
22. Происхождение, концепции и модели журналистики.
23. Особенности жанров телевидения.
24. Редакционный бюджет: структура, основные доходы и расходы.
25. Взаимодействие социологии и журналистики
26. Глобальные проблемы человечества и журналистика.
27. Журналистика и власть: проблемы взаимодействия.
28. Типология и система СМИ
29. Государственная политика в области СМИ. Закон «О средствах массовой информации».
30. Аналитические жанры радиожурналистики.
31. Основные типоформирующие факторы периодических изданий.

32. Экономические основы функционирования СМИ.
33. Владелец, издатель, редакция, аудитория: проблемы взаимодействия.
34. Структура и функционирование редакционного коллектива.
35. Особенности радио как средства массовой информации.
36. Журналистика новостей.
37. Особенности аналитической журналистики.
38. Художественно-публицистическая журналистика: современные методы творчества.
39. Периодическая печать в системе СМИ
40. Феномен публик рилейшнз: история становления, сущность, функции.
41. Варианты предъявления в журналистском тексте элементарных выразительных средств.
42. Права и обязанности журналиста.
43. Репортаж: особенности жанра, тенденции развития.
44. Методы изучения общественного мнения в журналистике.
45. Основы редакционного маркетинга.