МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В. И. Вернадского

Институт инфомационно-полиграфических технологий

Кафедра рекламы и издательского дела

«УТВЕРЖДАЮ»
Директор ИИПТ Назаренко О. М.
“_____”_____2015 г.

ПРОГРАММА

вступительного экзамена в магистратуру

по направлению 42.04.03 «Издательское дело»

Симферополь 2015

Программа экзамена

1. Филологические основы редакторской деятельности.

1. Социальная дифференциация как способ существования языка: стандарт, субстандарт, нонстандарт

Проблема социальной дифференциации языка в современной лингвистике. Территориальная и социальная дифференциация и формы существования общенародного языка. Литературный язык - языковой *стандарт*. Типологические и функциональные различия литературных языков. Разговорная речь: промежуточное положение между *стандартом* и *субстандартом.* Диалект - языковая сфера *субстандарта. Нонстандарт*: просторечие; жаргон, сленг, арго; «матерный язык»

2. Взаимодействие языковой ситуации и языковой политики

Языковая ситуация. Дифференциальные признаки языковых ситуаций. Близкородственное двуязычие (суржик). Диглоссия как особый вид несбалансированного двуязычия. Современная языковая ситуация в России. Языки межэтнического общения. Типология языков. Искусственные языки-посредники и интерлингвистика. Языковая политика, языковое строительство. Языковая политика в многонациональном государстве.

3. Языковая норма в динамическом аспекте и проблемы кодификации языка

Понятие «языковая норма». Виды норм. Понятие «стилистическая норма». Принцип коммуникативной целесообразности как основа выделения стилистической нормы. «Признаки нормы» и «критерии нормативности». Понятие «вариантности» («вариативности»). Причины появления вариантов. Классификация языковых вариантов. Этапы конкурентной борьбы вариантов. Динамический взгляд на языковую норму. Норма и кодификация. Критерии нормы при кодификации языкового явления в современных условиях.

4. Функциональные стили

Понятие «функциональный стиль русского языка». Функциональный подход к выделению и определению стилей. Книжные функциональные стили и разговорно-обиходный функциональный стиль: критерии противопоставления. Вопрос о месте языка художественной литературы и язык СМИ в системе функциональных стилей. Изменение системы функциональных стилей под воздействием коммуникативной ситуации конца XX - начала XXI века. Вопрос о статусе конфессионального и эпистолярного стилей.

5. Интертекстуальность как глобальная текстовая категория различных коммуникативных сфер

Понятия «интертекст», «интертекстуальность». Показатели «чужого» слова в тексте. Основные функции цитирования. Интертекстуальность в текстах различных

функциональных стилей.

6. Семантические и функционально-стилистические процессы в лексике и фразеологии

Основные семантические процессы в современной лексике: семантическая деривация, смысловая модификация, реструктурация смысловой структуры слова, стихийный смысловой дрейф. Изменения в политической, конфессиональной сферах и языке СМИ. Изменение коннотаций, процессы политизации и деполитизации, возникновение слов-фантомов, появление новых эвфемизмов. Процессы межстилизации, коллоквиализации и формирования общенационального сленга. Изменение ситуаций и жанров общения в области публичной и личной коммуникации.

7. Активизация заимствованной лексики в современных условиях

Новые заимствования, их происхождение. Тематические сферы заимствований. Причины появления новых слов в языке и способы их адаптации к системе языка. Феномен моды в лингвистике. Проблемы использования заимствований в СМИ. Кодификация новых слов.

8. Языковая игра как форма лингвокреативной деятельности человека и неотъемлемая черта языка СМИ

Понятие «языковая игра». Отличие языковой игры от нарушения нормы. Основные механизмы языковой игры на разных уровнях языка. Функции языковой игры. Причины распространенности языковой игры в литературе и публицистике последних десятилетий. Вопрос об уместности фактов языковой игры в языке СМИ.

9. Активные процессы в словообразовании

Неологизмы, окказиональные и потенциальные слова. Причины появления новых слов и способы их адаптации к системе языка. Понятие ключевых слов текущего момента. Изменение продуктивности словообразовательных типов, моделей, средств, возникновение новых способов словообразования неологизмов. Активные процессы в образовании сложных слов. Вопрос о кодификации неологизмов.

10. Активные процессы в морфологии

Действие тенденции к аналитизму и ее проявление в разных группах грамматических единиц. Сдвиги в грамматических формах рода, числа и падежа существительных. Новые явления в грамматических категориях глагола и прилагательного.

11. Активные процессы в синтаксисе

Влияние разговорной речи как внешний и внутренний фактор, определяющий изменения в синтаксисе. Новые явления в синтаксисе: активность присоединительных и

парцеллированных конструкций; сегментация высказываний; контаминация простого и сложного предложений, активизация несогласуемых и неуправляемых словоформ, замена беспредложных сочетаний предложными, рост согласования по смыслу, синтаксическая компрессия и синтаксическая редукция. Этапы вхождения синтаксических конструкций в литературный язык.

12. Интерпретация понятия «текст» в современной лингвистике и онтологический статус текста

Вопрос о критериях текста. Понятие информационной целостности. Текст как структурное целое. Функции текста в понимании различных исследователей. Проблема разграничения устных и письменных текстов. Вопрос об отнесении к тексту афоризмов, вывесок, названий. Текст, сверхтекст, гипертекст. Текст и дискурс. Понятие креолизованного текста. Особенности восприятия креолизованного текста. Тексты с полной и неполной креолизацией.

13. Современные типологии текстов и поиск универсальной классификации

Причины множественности типологий текстов. Классификация текстов по различным основаниям: по характеру построения (от 1-го, 2-го или 3-го лица), по характеру передачи чужой речи (прямая, косвенная, несобственно-прямая), по функционально-смысловому назначению (описание, повествование, рассуждение и др.), по аспектам речевой коммуникации, по комбинации типологических признаков, функционально-текстовая классификация. Нетрадиционные классификации текстов. Достоинства и недостатки различных типологий.

14. Структура текста, его единицы, категории и виды текстовых связей

Вопрос о выделении текстовой единицы. Понятие сложного синтаксического целого. Критерии выделения ССЦ. Состав ССЦ. Соотношение ССЦ и абзаца. Несовершенство современных методов членения текста. Целостность и связность как основные конструктивные признаки текста. Признаки и функциональные особенности цепной и параллельной связи. Средства межфразовой связи на уровне текста. Понятие повторной номинации, виды повторной номинации.

15. Информативность как основная категория текста и предмет редакторского анализа

Понятие информационной насыщенности текста**.** Напряженность и ненапряженность текста. Способы повышения информативности текста – интенсивный и экстенсивный. Вопрос об информационном минимуме текста.

16. Основы теории дискурса

Различные подходы к определению понятия «дискурс». Соотношение понятий

«дискурс» и «функциональный стиль». Типология дискурса. Конститутивные признаки дискурса. Виды институционального дискурса. Дискурс и речевой жанр.

17. Теория речевых жанров в современной лингвистике

Теория речевых жанров в подходах разных авторов. РЖ в понимании М. М. Бахтина. Первичные и вторичные речевые жанры. Соотношение речевого жанра и жанра литературного. Типология публицистических жанров.

18. Речевая культура в современном обществе

Понятие речевой культуры. Речевая культура и культура речи: соотношение понятий. Типология речевых ошибок. Основные критерии хорошей речи. Хорошая речь и типы речевой культуры.

19. Язык и литература

История литературы. Современный отечественный и зарубежный литературный процесс. Основные теоретические понятия (тема, идея, пафос, проблематика, сюжет, композиция, система персонажей, компоненты предметной изобразительности, тропы и стилистические фигуры).

20. Электронный гипертекст как особый тип текста.

Гипертекст: понятие и генезис. Гипертекст печатный и электронный. Гипертекст как явление постмодернизма. Основные свойства электронного гипертекста. Проблема единицы гипертекста. Структурные (композиционные) элементы гипертекста и их особенности. Особенности восприятия гипертекста – «*браузинг*». Изменение отношений «автор - читатель» в гипертекстовом пространстве WEB 2.0. Преимущества и недостатки гипертекста.

2. Редакционно-издательская деятельность. Редакторская подготовка изданий

1. Развитие книжного дела и редактирования в процессе становления отечественного книгоиздания: характеристика основных этапов

Развитие редактирования в период летописания и становления древнерусской литературы, в первопечатнокнижный период. Использование редакторского опыта писателей и ученых в формировании теории и методики редактирования. Значение опыта прошлого для современной редакционно-издательской практики.

Особенности развития книжного дела в XI-XIX веках: рукописная книга, изобретение книгопечатания, тематика и типы изданий.

2. Современная редакционно-издательская практика как показатель книжной культуры

Современное книжное дело, его основные составные части: издательское дело,

полиграфия, книжная торговля, библиография и библиотечное дело. Природа и сущность редакционно-издательской деятельности. Система издательств, тематика и типы изданий. Книжные ярмарки.

3. Роль редактора в современном редакционно-издательском процессе: новые функции редактора в меняющемся мире

Редактор как субъект редакционно-издательского процесса. Условия успешности деятельности современного редактора. Составляющие редакторской деятельности в процессе подготовки издания: основные виды деятельности, основные функции редактора. Требования к современному редактору.

4. Редакционно-издательский процесс (РИП): его сущность, этапы, цели и задачи

Определение понятия редакционно-издательский процесс. Четыре основных этапа РИП: 1) создание произведения и планированием работы; 2) подготовка произведения к изданию; 3) полиграфическое исполнение издания; 4) распространение издания. Цели и задачи каждого этапа РИП.

5. Редакторский анализ как метод профессиональной деятельности редактора

Определение понятия. Цели и задачи редакторского анализа как основного метода профессиональной деятельности. Пять аспектов анализа: идейно-тематический, содержательный, композиционный, языково-стилистический, редакционно-технический.

6. Принципы оценки авторского оригинала в аспекте современного редакторского анализа

Определение понятия «авторский оригинал». Редакторский анализ и оценка темы, уровня ее разработки, степени литературной отделки. Участники процесса оценки, роль редактора. Составление редакционного заключения, его назначение и отображаемые в нем решения. Рецензирование авторского оригинала. Задачи рецензирования. Издательское и внешнее рецензирование. Принятие решения о редакционной обработке авторского оригинала.

7. Принципы разработки концепции издания: взгляд редактора на сущность издания, содержание, редакционно-технические и полиграфические средства исполнения

Определение понятия «концепция издания». Концепция издания как отражение основной точки зрения редактора на издание. Отражение в концепции основных видо-типологических признаков будущего издания. Учет в концепции издания его рентабельности, экономической ситуации в издательстве, возможностей полиграфической базы, творческих и производственных возможностей редакционного коллектива.

8. Роль редактора в подготовке аппарата издания

Определение понятия «аппарат издания». Состав аппарата издания. Задачи редактора по подготовке аппарата издания. Редактор как организатор и исполнитель работ по созданию аппарата. Основные этапы работы редактора над аппаратом издания.

9. Система современных украинских изданий: непериодические, периодические, продолжающиеся издания. Общая типологическая характеристика

Понятие издания. Непериодические, периодические, продолжающиеся издания. Виды непериодических изданий. Виды периодических изданий. Виды продолжающихся изданий. Типовая структура и состав издания, основная часть и аппарат издания.

10. Виды учебных изданий, их типологическая характеристика

Определение понятия. Учебные издания как целостный комплекс. Их дифференциация по целевому назначению и читательскому адресу. Программно-методические, обучающие, вспомогательные, учебно-методические издания.

11. Виды периодических изданий, их типологические признаки

Видо-типологическая характеристика периодических изданий. Массовые и специальные издания, их особенности и разновидности. Общие и специфические требования к подготовке периодических изданий. Особенности издательского оформления содержания периодического издания и выходных сведений.

12. Виды научных изданий, их типологические и жанровые признаки

Понятие научного издания, его предмет, целевое назначение, читательский адрес, функциональные свойства. Виды и жанры научных изданий. Жанры научных произведений и формирование содержательной основы научного издания. Научная монография и сборник научных трудов, виды сборников.

13. Редакторская подготовка рекламного издания в современных условиях.

Общая характеристика потока рекламных изданий и роль редактора в его формировании. Целевое назначение рекламных изданий, их многофункциональность. Особенности читательского адреса рекламных изданий. Понятие целевой группы рекламного воздействия. Особенности редакторской подготовки рекламного издания. Работа редактора над макетом издания. Оценка редактором текста, иллюстраций. Языково-стилистическое и художественное оформления рекламного издания.

14. Особенности редакторской подготовки научно-популярного издания

Понятие научно-популярного издания, его видо-типологические характеристики. Жанры литературных произведений, составляющих основу издания, и их влияние на формирование основной части издания. Справочный аппарат научно-популярного издания, его состав, назначение и содержание отдельных элементов. Специфика

редакторской работы над подготовкой научно-популярной монографии, сборника, научной биографии ученого, описания путешествия.

15. Редакторская подготовка литературно-художественного издания

Жанры литературных произведений, составляющих основу издания, и их влияние на формирование основной части издания. Типология литературно-художественных изданий. Специфика редакторской работы над изданием художественной литературы: два основных этапа. Редакторская подготовка литературно-художественных изданий разных типов и видов. Оформление издания художественной литературы, виды иллюстраций.

16. Сетевое издание (интернет-издание): понятие, специфика, редакторская подготовка.

Интернет: понятие, инфраструктура, сервисы и основные службы. Типы сайтов. Проблема статуса интернет-изданий. Интернет-издание в системе нормативных документов. Понятие и дифференциальные признаки интернет-изданий.

Технический, эстетический и информационный аспект веб-издания. Понятие юзабилити. Факторы, определяющие специфику интернет-публикации. Требования к «тексту для просмотра».

17. Интернет-СМИ как сетевое издание: определение, свойства, принципы типологизации.

Интернет-СМИ в системе интернет-ресурсов. Формальные и неформальные признаки интернет-СМИ. Определение интернет-СМИ, системные и специфические свойства. Специфика гипертекстуальности интернет-СМИ (типология гиперссылок). Принципы типологизации веб-СМИ. Блогерство, социальные сети, гражданская журналистика и профессиональные интернет-СМИ: перспективы

3. Экономические и правовые основы книжного дела

1. Планирование деятельности предприятий в книжном деле

Планирование и стратегия. Сущность, функции и выгоды планирования. Виды планирования. Бизнес-план в системе планирования. Цели, предмет, содержание и виды бизнес-плана. Структура бизнес-плана. Маркетинговая программа.

2. Понятие и сущность менеджмента в книжном деле

Понятие «управление» и «менеджмент». Понятие «менеджмент в книжном деле». Цели и задачи менеджмента в книжном деле.

3. Кадры предприятия в издательской деятельности

Состав и структура кадров предприятия. Уровень квалификации работников. Учет и планирование кадров. Управление персоналом. Этапы процесса управления персоналом.

Кадровое планирование. Профессиональная подготовка персонала. Управление конфликтами на предприятии.

4. Менеджмент в книжном деле: внутренняя и внешняя среда организации

Содержание понятий внутренней и внешней среды. Анализ внутренней среды предприятий книжного дела (издательство, полиграфия, книжная торговля). Анализ внешней среды предприятий книжного дела (издательство, полиграфия, книжная торговля).

5. Реклама и рекламная деятельность в книжном деле как важнейший фактор существования издания в современны условиях

Реклама в книжном деле: характеристика и классификация. Функции рекламы в обществе. Реклама, ее назначение, задачи и цели. Характеристика рекламы. Виды рекламы. Средства рекламы. Задачи рекламодателя.

6. Товарный знак в книжном деле

Товарный знак и его применение. Предпосылки для использования товарных знаков. Функции товарного знака. Фирменный стиль. Бренд - имидж. Брендинг. Принятие решений в области торговых марок. Преимущества марочных товаров. Торговая марка.

7. Способы стимулирования сбыта книжной продукции

Прямой маркетинг (директ - маркетинг, ДМ). Преимущество прямого маркетинга. Виды прямого маркетинга. Характеристики прямого маркетинга. Паблик рилейшнз (PR). Практическая реализация PR. Стимулирование сбыта книжной продукции (сейлз промоушн).

8. Авторское право и авторское законодательство. Субъекты авторских правоотношений

Понятие авторского права. Понятие авторских правоотношений. Объекты авторского права — произведения науки, литературы и искусства. Произведение как результат творчества. Наиболее типичные формы выражения произведения. Субъекты авторского права — первоначальные и производные. Презумпция авторства. Творчество как единственное основание возникновения авторства. Авторское право и право интеллектуальной собственности. Отличие объектов авторского права от других объектов интеллектуальной собственности. Источники авторского права.

9. Виды авторских прав

Понятие авторских прав. Личные неимущественные права. Исключительное право на произведение (имущественное право). Другие права автора (право на вознаграждение; право на дополнительное вознаграждение; права авторов в отношении произведений изобразительного искусства). Принцип исчерпывания прав. Особые права отдельных

издателей, работодателей и киностудий. Авторское право и право собственности.

10. Авторское право и его лингвистические аспекты

Язык как объект конституционно-правового регулирования в Российской Федерации. Государственное право и законодательство, регулирующее статус языка в обществе (государстве). Превышение власти в сфере «управления языком». Языковое образование и юрислингвистика. Понятие языкового права и речевого правонарушения. Основные законы, регулирующие языко-речевые конфликты и типология языко-речевых правонарушений. Законы, регулирующие деятельность СМИ, и их лингвистические аспекты.

11. Использование произведений

Понятие «использование произведения». Использование произведения с согласия правообладателя и с выплатой вознаграждения. Использование произведения без согласия правообладателя, но с выплатой вознаграждения. Использование произведения без согласия правообладателя и без выплаты вознаграждения. Особенности использования произведений при коллективном управлении имущественными авторскими правами. Срок действия авторского права (на российские произведения, на иностранные произведения, на созданные в период существования СССР (до 1992 г.) фильмы, научные сборники, энциклопедические словари, журналы и другие периодические издания). Общественное достояние.

12. Авторские договоры

Стороны авторского договора. Условия, необходимые для заключения авторского договора. Содержание авторских договоров. Виды авторских договоров: договоры о передаче исключительных прав и договоры о передаче неисключительных прав. Авторские договоры заказа. Способы обеспечения договорных обязательств, ответственность по авторскому договору.