

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования**

**«Казанский (Приволжский) федеральный университет»**

**Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций**

**УТВЕРЖДАЮ**

**Директор**

**Института социально-  
философских наук и**

**массовых коммуникаций**

**М.Д. Щелкунов**

**2024 г.**



**Система оценивания экзаменационных ответов на тестовые задания**

Правильный ответ на каждый из двенадцати вопросов тестирования оценивается членами предметной комиссии в 5 (пять) баллов. Каждый неправильный ответ оценивается в 0 (ноль) баллов. Максимальный балл, который абитуриент может набрать за второе задание испытания – 60 (шестьдесят). Общее количество набранных абитуриентом баллов за выполнение второго задания определяется членами предметной комиссии путем суммирования ответов за каждый вопрос письменного тестирования.

*Абитуриент имеет возможность представить во время экзамена свое творческое портфолио, содержащее публикации в СМИ (как официально зарегистрированных Роскомнадзором, так и не зарегистрированных) и блогах, однако это не является обязательным.*

Внутреннее испытание профессиональной направленности по направлению «Телевидение» проводится на русском языке как в очном (аудиторном), так и в дистанционном формате (по желанию абитуриента).

Максимальное количество баллов равно 100.

В случае, когда абитуриенты получают равное количество баллов по вступительному испытанию, дополнительными критериями для зачисления являются:

- наличие опыта практико-профессиональной деятельности в СМИ;
- наличие научных публикаций по направлению «Телевидение» в научных журналах и сборниках научных статей.

### **Дополнительная литература и учебные пособия:**

- Закон о средствах массовой информации // Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации. М., 1996.
- Актуальные проблемы саморегулирования средств массовой информации. – М.: Институт проблем информационного права, – 2005. – 628с.
- Вартанов А. С. Актуальные проблемы телевизионного творчества на телевизионных подмостках/Учебное пособие – М.: Высшая школа, 2003.
- Головко Б. Информационный менеджмент. М., 2007.
- Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ. М., 2009.
- Профессиональная этика журналиста: Документы и справочные материалы. – М.: Медя, 2004. – 480с.
- Саппак В. Телевидение и мы. Четыре беседы [Электронный ресурс] – М.: Искусство, 1988. - 168 с.
- Солганик Г.Я. Практическая стилистика русского языка. М., 2006.
- Техника и технология СМИ: печать, телевидение, радиовещание, Интернет. Учебник / Под ред. В.В. Тулупова – СПб. : Изд-во Михайлова В.А. 2006. – 320 с.
- Фомичева И.Д. Социология журналистики: Учебное пособие /И.Д.Фомичева /М.: Аспект-Пресс, 2007. -335с.

### **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ**

#### **1. Вопросы для поступающих на магистерскую программу «Продюсирование в креативных индустриях»**

1. Телевидение: определение и основные качества феномена
2. Телевидение в системе медиакратии
3. Зависимость тематической специализации канала от его технических характеристик.
4. Обзор современных форматов российских каналов.
5. Информация утреннего, дневного и вечернего времени.
6. Форматы телевизионного вещания
7. Типология вещательных каналов
8. Вещательная концепция канала
9. Понятие целевой аудитории телеканала и способы ее исследования, измерения
10. Специфика регионального и местного телевидения
11. Бренд телеканала, экономика и программная политика
12. Контент вещания и типология программного продукта
13. Государственное телевидение
14. Общественное телевидение

15. Коммерческое телевидение
16. Этапы продюсирования телевизионных программ и телевизионных проектов
17. Процесс создания телевизионной программы и этапы программирования: прогнозирование, перспективное и календарное планирование
18. Сетка телевизионного вещания
19. Особенности программирования в сетевом телевизионном вещании
20. Специфика программирования регионального и местного телевидения
21. Коммерческие, производственные и творческие составляющие продюсерской деятельности
22. Роли и место продюсера в современном телевизионном процессе
23. Обязанности и права продюсера. Ответственность за результат
24. Затраты на производство аудиовизуальной продукции в современных экономических условиях
25. Комплекс работ, проводимых продюсером в предсъёмочный период
26. Особенности репортажного, трансляционного и постановочного способов телепроизводства.
27. Современные методы продвижения аудиовизуальных произведений
28. Отношения между создателями медиапродукта и рекламодателями

## **2. Вопросы для поступающих на магистерскую программу «Современная теле- и киноиндустрия»**

1. Телевидение: определение и основные качества феномена
2. Телевидение в системе медиакратии
3. Телевидение как политический и национальный стратегический ресурс
4. Информационное телевидение: история становления и современное состояние
5. Зависимость тематической специализации канала от его технических характеристик.
6. Обзор современных форматов российских каналов.
7. Обзор форматов зарубежных каналов США и Европы.
8. Эфирное, спутниковое, кабельное, цифровое, сотовое телевидение.
9. Информация утреннего, дневного и вечернего времени.
10. Форматы телевизионного вещания
11. Типология вещательных каналов
12. Специфика регионального и местного телевидения
13. Типология развлекательных телеканалов
14. Типология развлекательных программ
15. Специфика деловой и экономической информации на телевидении
16. Формы популяризации науки на телевидении.
17. Бренд телеканала, экономика и программная политика

18. Контент вещания и типология программного продукта
29. Спортивные телеканалы: специфика контента
20. Тематические телеканалы (обзор)
21. Информационные телеканалы
22. Компетенции научного тележурналиста
23. Компетенции спортивного тележурналиста
24. Требования к ведущему развлекательных проектов. Журналист или шоумен?
25. Специализированные телеканалы
26. Государственное телевидение
27. Общественное телевидение
28. Коммерческое телевидение

### **3. Вопросы для поступающих на магистерскую программу «Digital-сторителлинг и сценаристика цифровых форматов»**

1. Художественное, научное и обыденное мышление. Художественный образ.
2. Понятие экранного образа.
3. Искусство слова. Место слова в аудиовизуальных медиа.
4. Основные особенности художественной речи.
5. Основные особенности публицистической речи.
6. Язык и стиль публичного выступления.
7. Психология восприятия публичной речи.
8. Понятие композиции текста. Привлечение и удержание внимания.
9. Понятие речевого поведения. Речевое поведение ведущего телепрограммы и программы в Интернете.
10. Экстралингвистика и ее значение в телевизионных и интернет-программах.
11. Автор, повествователь и персонаж на телеэкране и в Интернете.
12. Формы присутствия автора в телевизионных программах и цифровых медиа.
13. Авторское телевидение.
14. Авторская и объективная идея в телепрограмме.
15. Понятие архетипа. Архетипы на телевидении.
16. Вербальное и визуальное (экранное) использование сравнения и метафоры.
17. Интерпретация в цифровых медиа.
18. Ирония, юмор, сатира в аудиовизуальных СМИ.
19. Стратегическая и тактическая цель текста.
20. Интерактивность, мультимедийность и гипертекст.
21. Потокное видео в интернете: понятие, разновидности, цель.
22. Блоггинг.

23. Социальные сети как явление web 2.0: понятие, специфика, примеры.
24. Роль социальных сетей в формировании персональной повестки дня.
25. Мобильные медиа как альтернатива традиционным СМИ.
26. Мультимедийность и конвергентность.
27. Массовость и персонализация текстов аудиовизуальных СМИ.
28. Аудио- и видеоподкастинг: типология и технология.
29. Виды подкастов. Примеры.
30. Нарративные подкасты-сериалы.

#### **4. Вопросы для поступающих на магистерскую программу «Современная международная журналистика в глобальном цифровом пространстве»**

1. Особенности сбора информации и подготовки телевизионных информационных сообщений в условиях экстремальных и военных ситуаций.
2. Сущностные и системные характеристики телевидения.
3. Телевидение как источник новостной информации и его специфические возможности.
4. Выразительные средства и язык информационных жанров на телевидении.
5. Принцип построения информационного сообщения.
6. Социологический подход к изучению содержания медиаматериалов СМИ.
7. Методы эмпирических социологических исследований СМИ.
8. Этническая журналистика как часть культуры этносов.
9. Работа журналиста с источниками информации. Цитирование, фактография.
10. Российский медиарынок: принципы функционирования и его ключевые участники.
11. Медиаимидж государства в журналистике: слагаемые
12. СМИ стран Латинской Америки
13. Конвергенция СМИ и мультимедиаизация контента
14. Вещательная концепция канала
15. Понятие целевой аудитории телеканала и способы ее исследования, измерения
16. Обзор форматов зарубежных каналов США и Европы.
17. Процессы глобализации, глокализации, концентрации, монополизации и их влияние на журналистику.
18. Мировые медиасистемы: особенности организации и формы деятельности.
19. Информационное общество и журналистика.
20. Конвергенция в СМИ: формы, особенности, своеобразие.
21. Свойства массовой информации как основного понятия теории и практики современной журналистики.
22. Государственная информационная политика и способы ее осуществления.

23. Журналистика как социальный институт, ее специфика и полномочия. Понятие «четвертая власть».
24. Эффективность и действенность журналистики. Факторы эффективности СМИ.
25. СМИ как система, ее структурные особенности, типологические характеристики, типоформирующие факторы.
26. Типы и виды СМИ. Факторы формирования современной системы СМИ.
27. Печать, телевидение и радиовещание в условиях глобализации общественных отношений и информационного обмена.
28. Разработка концепции СМИ, программирование и планирование в системе редакционной деятельности.

## **КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ**

**Максимальное количество баллов, полученное в результате вступительного испытания, устанавливается на уровне 100 баллов.**

**Максимальное количество баллов, которое может набрать абитуриент за выполнение первого задания экзаменационного билета, составляет 40 (сорок) баллов, минимальное – 0 (ноль) баллов.**

**Максимальное количество баллов, которое может набрать абитуриент за выполнение второго задания экзаменационного билета, составляет 60 (шестьдесят) баллов, минимальное – 0 (ноль) баллов.**

**Вступительное испытание считается успешно пройденным, если абитуриент набрал 40 и более баллов.**

**Вступительное испытание считается не пройденным, если абитуриент набрал 39 и менее баллов.**

В случае, когда абитуриенты получают равное количество баллов по вступительному испытанию, предпочтение отдается тому, кто имеет опыт взаимодействия со средствами массовой информации. Это определяется не только по имеющемуся портфолио авторских материалов абитуриента, если оно имеется, и их качеству. Это определяется по степени компетентности ответов абитуриента на профессионально ориентированные вопросы. Степень компетентности рассматривается как степень мотивированности соискателя в выборе профессии.