

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

Проректор

по образовательной деятельности

Е.А. Турилова

«__» _____



ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Направление подготовки: 42.04.04 Телевидение

Профиль обучения: Продюсирование в креативных индустриях;
Медиабизнес; Национальное и региональное телевидение в условиях
цифровой глобализации; Digital-сторителлинг и сценаристика цифровых
медиаформатов

Форма обучения: очная, заочная

Лист согласования программы вступительного испытания

Разработчик(и) программы:

зав. кафедрой телепроизводства и цифровых коммуникаций

Р.В. Даутова

доцент кафедры телепроизводства и цифровых коммуникаций

Г.Л. Арсентьева

доцент кафедры телепроизводства и цифровых коммуникаций

Р.Р. Газизов

доцент кафедры телепроизводства и цифровых коммуникаций

А.А. Гусейнова

Председатель экзаменационной комиссии _____

Даутова Р. В.

Программа вступительного испытания обсуждена и одобрена на заседании кафедры телепроизводства и цифровых коммуникаций Института социально-философских наук и массовых коммуникаций. Протокол № 14 от 03.09.2025 г.

Решением Учебно-методической комиссии Института социально-философских наук и массовых коммуникаций Программа вступительного испытания рекомендована к утверждению Ученым советом, Протокол № 1 от 17.09.2025 г.

Программа вступительного испытания утверждена на заседании Ученого совета Института социально-философских наук и массовых коммуникаций, Протокол № 2 от 18.09.2025 г.

Введение

Программа вступительного испытания в магистратуру составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению 42.04.04 Телевидение и содержит разделы общего и специального характера, отражающие закономерности и тенденции функционирования телевидения в современном обществе.

Магистр по направлению 42.04.04 Телевидение проходит подготовку к следующим видам профессиональной деятельности: *авторский; редакторский; организационно-управленческий; проектно-аналитический; производственно-технологический; научно-исследовательский; педагогический.*

ОБЩИЕ УКАЗАНИЯ

Цель внутреннего испытания:

- выявить общую подготовленность абитуриента к получению знаний по направлению 42.04.04 – «Телевидение».

Общая подготовленность предполагает:

- широкий кругозор в области медиа;
- интерес к общественно-политической жизни;
- знания о роли журналистики и телевидения в обществе, об особенностях труда работника средств массовой информации, телевидения.

Тематика и процедура экзамена.

Вступительное испытание для поступающих в магистратуру на направление «Телевидение» может проводиться как очно, так и дистанционно с использованием системы прокторинга.

Внутреннее испытание состоит из одной части и представляет собой письменные ответы абитуриента на задания, содержащиеся в самостоятельно вытянутом абитуриентом экзаменационном билете. В каждом из экзаменационных билетов содержится два задания.

В первом задании от абитуриента требуется написать мини-эссе или творческое задание на предложенную тему. Объем текста не ограничен, однако тема должна быть раскрыта как можно полнее. Члены предметной экзаменационной комиссии оценивают:

- а) аналитический уровень и фактическую точность повествования;
- б) логико-смысловое и композиционное строение текста;
- в) полноту освещения темы и умение формулировать проблемы;
- в) орфографическую и пунктуационную грамотность, соблюдение речевых норм.

Во втором задании от абитуриента требуется ответить на двадцать тестовых вопросов, содержащих несколько вариантов ответов или требующих написания ответа. Каждый из предложенных тестовых вопросов имеет только один правильный ответ. Абитуриенту необходимо в экзаменационном бланке указать (или (когда требуется) написать) тот вариант ответа, который, на его взгляд, является правильным. Критерием оценки является ответ абитуриента на каждый из двадцати вопросов теста.

1.4 Продолжительность вступительного испытания в минутах

На выполнение письменного внутреннего испытания абитуриенту отводится 120 (сто двадцать) минут. Общее количество набранных абитуриентом баллов за экзамен определяется членами предметной комиссии по телевидению путем суммирования баллов за выполнение каждого из двух предложенных заданий.

Знания абитуриента по внутреннему испытанию максимально могут быть оценены в 100 (сто) баллов.

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Общие вопросы и тенденции развития СМИ в современном мире. Процессы глобализации, глокализации, концентрации, монополизации и их влияние на журналистику. Мировые медиасистемы: особенности организации и формы деятельности. Информационное общество и журналистика. Глобальные проблемы и журналистика. Конвергенция в СМИ: формы, особенности, своеобразие. Сущность процессов массовой коммуникации и массовой информации, их специфика. Свойства массовой информации как основного понятия теории и практики современной журналистики. Формы воздействия на массовое сознание в СМИ.

Журналистика и демократия. Журналистика в гражданском обществе и правовом государстве и как сфера публичной политики. Особенности выполнения журналистами своих обязанностей в условиях становления институтов демократии. Доступ к информации как основная проблема демократизации общественных отношений. Проблемы информационной безопасности: правовой и этический аспекты. Государственная информационная политика и способы ее осуществления. Журналистика как социальный институт, ее специфика и полномочия. Понятие «четвертая власть». Социальная позиция журналиста, формы ее проявления. Функции журналистики, модель функций как система, характерные особенности функционирования журналистики в современном мире и современном

российском обществе. Эффективность и действенность журналистики. Факторы эффективности.

Организация деятельности средств массовой информации в современном обществе. СМИ как система, ее структурные особенности, типологические характеристики, типоформирующие факторы. Типы и виды СМИ. Традиционные и инновационные СМИ в структуре современной медиасистемы России. Экономический, политико-правовой и социальный факторы формирования современной системы СМИ. Печать, телевидение и радиовещание в условиях глобализации общественных отношений и информационного обмена. Сетевая журналистика, ее виды, формы и тенденции развития. Информационные агентства и службы в системе СМИ современной России.

Экономические основы деятельности СМИ. Информационный рынок и его особенности. Аспекты информационного рынка. Сегментирование, позиционирование на рынке СМИ. Разработка концепции издания, программирование и планирование в системе редакционной деятельности. Особенности редакционно-издательского маркетинга, его формы, виды, своеобразие. Основы редакционного менеджмента, сущностные характеристики, виды, факторы организации деятельности редакции. Психологические аспекты управления творческим коллективом редакции. Реклама и паблик рилейшнз в системе редакции современного СМИ.

Технология производства электронных СМИ и цифровых медиа. Техника и технология радиовещания. Организационные принципы радиовещания. Особенности построения вещательной сети. Радиовещательные диапазоны. Радиопередающие и радиоприемные устройства. Подготовка радиопередачи. Радиоволны, звук и его и его трансформация в радиовещании. Радиодом и его оборудование. Запись и воспроизведение звука в радиовещании. Аналоговая магнитная запись. Цифровая звукозапись. Техника и технология телевидения. Техника и технология интернет-СМИ. Основные принципы организации передачи информации в компьютерной сети Интернет. Интернет как информационная компьютерная сеть. Коммерческое использование Интернета. Адресация в Интернете. Интернет-сервисы. Архитектура клиент/сервер. История технологии WORLD WIDE WEB. Иерархическая и гипертекстовая система доступа к информации. Концепция «сетевого гипертекста». Программное обеспечение для WEB. Электронные СМИ в WORLD WIDE WEB. Общественные организации, контролирующие развитие Интернет. Технические основы телевидения. Принципы построения приемно-передающей телевизионной системы Телевизионные стандарты. Магнитная

видеозапись. Цифровое телевидение. Телевизионные центры и их оборудование. Внестудийное телевизионное оборудование, передвижная и репортажная телевизионная техника. Организация телевизионного вещания. Роль журналиста в телевизионном производстве. Спутниковое телевизионное вещание. Перспективы развития ТВ. Производственно-технологическая подготовка телевизионных программ.

Теоретико-методологические основы телевидения. ТВ как социокультурный феномен. Роль и место телевидения в системе публичных коммуникаций современной России. Научные открытия и технические изобретения, предопределившие пути развития телевидения. Основные вехи истории ТВ в России. Открытия В. Зворыкина. Начало регулярного телевизионного вещания в СССР. Появление видеозаписи и видеомэгнитофона. Портативная видеотехника. Цифровое телевидение. Специфика телевидения и его место в системе массового информационного обмена. Особенности телевизионной коммуникации. Симультанность, как особая отличительная характеристика телеинформации и телевоздействия. Специфика телеинформации. Функции телевидения. Телепроизводство и его составляющие: продюсирование, теледраматургия, телережиссура и тележурналистика. Формат вещания. Контент вещания и типология программного продукта. Типология телевизионного вещания. Основные модели: государственное, коммерческое и общественное телевизионное вещание. Региональное телевидение и его особенности. Национальное телевидение. Новостные телеканалы: специфика, жанровое своеобразие. Специализированное телевидение. Выразительные средства ТВ.

Система жанров телевизионной журналистики и формы вещания. Жанры телевизионной журналистики. Общая характеристика. Телевизионный репортаж. Виды. Особенности языка и формы. Специальный репортаж. Телевизионное интервью. Виды, языковые особенности. Жанры аналитической телепублицистики. Общая характеристика. Особенности телевизионного обозрения. Ток-шоу на российском телевидении. Художественная публицистика на ТВ. Телеочерк. Особенности подготовки. Сатирические жанры тележурналистики. Выдающиеся телерепортеры России. Понятие «формы вещания», особенности формообразования и специфика. Классификаторы программ на ТВ: основания, признаки, авторы. Основы программирования на ТВ: принципы и методы. Сетка вещания. Телевизионная программа как форма вещания: основные характеристики, разновидности, принципы верстки. Процесс создания телевизионной программы. Этапы программирования: прогнозирование, перспективное и календарное планирование.

Современная практика ТВ. Работа с персоналом телекомпании. Менеджмент ТВ. Тележурналист: творческая позиция. Качество телеинформации: критерии оценки. Структура телевизионной речи. Риторика ТВ: специфика. Особенности общения в телеэфире. Телевизионный сценарий. Особенности подготовки. Виды сценариев на ТВ. Телевизионный продюсер, его роль в подготовке и выпуске телепрограммы. Институт продюсерства на телевидении. Телевидение в зеркале критики. Функции телекритики. Субъективный характер телекритики. Искусство полемики, требования такта, культура цитации и др. Истоки и традиции российской телекритики. Телекритика и Интернет. Перспективы развития сетевой телекритики в России. Основные жанры телекритики в печатных СМИ, на радио. Рецензия. Телеобозрение. Критика на телеэкране. Персоналии. Бренд телеканала. Программная политика. Современные способы телевещания. Современные способы потребления телевизионного контента на различных платформах. Трансформация телесмотрения.

Правовые основы СМИ. Система современного российского законодательства о СМИ. Закон РФ о средствах массовой информации как базовый нормативный акт. Государственные органы управления и контроля в сфере СМИ: правовой статус, основные функции. Права собственности в сфере СМИ. Правовое положение владельца и учредителя органа информации. Права и обязанности журналиста. Нормы авторского права в сфере журналистики. Правовое регулирование деятельности СМИ в период избирательных кампаний. Судебная и общественная защита свободы СМИ. Международное гуманитарное право в сфере журналистской деятельности.

Этические основы журналистики. Значение этических норм как базы профессиональной деятельности журналиста. Этические принципы взаимоотношений журналиста с источниками информации, героями публикаций и аудиторией СМИ. Мораль как часть социо-культурной реальности. «Этика правил» и «этика последствий». Система моральной регуляции: нормы, ценности, принципы. Профессиональная мораль как выражение личностной позиции человека в профессии. Профессиональная этика как выражение организационной культуры и самоидентификации корпоративного сообщества. Кодексы профессиональной этики. Методы сбора информации. Журналист в экстремальной ситуации и в режиме журналистского расследования. Отношения журналиста с коллегами. Авторское право как предмет профессиональной этики.

Практическая стилистика и литературное редактирование. Стилистическая система русского литературного языка. Лингвистическое

многообразие понятия функциональных стилей. Научный, официально-деловой, литературно-художественный и публицистический стили. Разговорный стиль. Стилистические ресурсы языка. Взаимодействие стилей. Стилистика текста. Функционирование лексических и фразеологических средств современного русского языка. Основные качества речи. Точность словоупотребления. Основные характеристики текста. Работа редактора над авторским текстом. Работа над композицией авторского материала, фактическим материалом, языком и стилем публикаций. Виды текстов и особенности работы редактора над ними. Методика редактирования авторского текста.

Социология журналистики. Потребности общества в социологическом изучении СМИ. Специальная социологическая теория массовой коммуникации и эмпирические исследования в этой сфере. Медиаметрия как часть бизнеса. Функции социальных коммуникаций в обществе. Историческая обусловленность содержания функций. СМИ как социальный институт. СМИ между властью, обществом и бизнесом. Аудитория как массовая общность. Понятия реальной, потенциальной, целевой аудитории. Исследования и оценка социальных эффектов. Учет в социологическом анализе типа и специфики канала: пространственная и временная организация производства и распространения информации. Критерии оценки социальных качеств контента СМИ. Направления эмпирических исследований: журналисты (коммуникатор), содержание (контент), канал, аудитория, социальные эффекты. Количественные и качественные методы исследования. Основные этапы программирования и проведения эмпирического исследования.

Региональное и национальное телевидение: история и перспективы. Региональное и национальное телевидение как субъект российского телевидения. Развитие местного телевидения в условиях глобализации. Специфика регионального и национального телевидения России. Региональное и национальное ТВ в структуре СМИ. Федеральное и региональное телевидение: сопоставительный анализ. Факторы, влияющие на формирование телевидения в регионах. Региональное и национальное телевидение в телевизионной индустрии. Регионального и национального телевидения в новых исторических условиях. Типология отечественных региональных и национальных телекомпаний. Основные факторы развития современной типологической структуры региональных и национальных аудиовизуальных СМИ. Система, структура собственности и основные стратегии развития региональных и национальных полновещательных каналов в России. Цифровые регионы: полновещательные каналы и мультиплексы. Концепция «близости к аудитории». Региональное и

национальное медиапотребление и трансформация телесмотрения в условиях появления новых медиа. Специфика регионального и национального телевидения России. Проблематика регионального и национального телевидения: информационная повестка дня. Характеристика программной политики и программных стратегий полновещательных телеканалов. Особенности рынка производства телевизионного контента полновещательных телеканалов. Глобальные процессы современности на региональных и национальных телеэкранах: противоречия глобализации, демографические проблемы, миграционные процессы, проблемы экологии. Особенности освещения основных сфер общественной жизни в регионе. Актуальные проблемы социальной практики в освещении СМИ: духовно-религиозная проблематика, проблематика благотворительной деятельности, проблемы детства в информационном поле СМИ, гендерная проблематика, антикриминальная проблематика и тд.

Новые медиа и коммуникационные экосистемы. Глобальные цифровые масс-медиа: сущностные особенности, типология и ключевые тренды. Медиа как инструмент распространения информации, формирования общественного мнения, воздействия на аудиторию. Тенденции развития социальных медиа, мессенджеров, видеохостингов, стриминговых платформ. Производство, «упаковка», дистрибуция медиаконтента в мультимедийной среде. Модели медиапотребления. Новые профессиональные роли и функционал участников коммуникативных медиапроцессов. Технологии управления информационными потоками и информационной средой. Методы интерпретации цифровой медиаинформации. Цифровые экосистемы: понятие, цели, системообразующие характеристики, преимущества. Типология экосистем. Границы экосистем. Ключевые компоненты: инфраструктура, аналитика данных, интеграционные платформы, протоколы безопасности, технологии деятельности. Открытые, закрытые, гибридные цифровые экосистемы. Параметры защищенности гибридных экосистем. Факторы эффективности: функциональная совместимость, кибербезопасность, пользовательский опыт, гибкость, наследуемость. Российская и международная практика функционирования цифровых экосистем.

Требования к поступающему в магистратуру

Поступающий в магистратуру по направлению 42.04.04 Телевидение должен обладать следующими умениями и навыками:

- получать, обрабатывать и анализировать информацию, предлагая собственный оригинальный подход;

- образно и ассоциативно мыслить, визуализировать события и обстановку на любую заданную тему, визуализировать и описать любой литературный эпизод, либо историческое событие, либо тему любой из сфер общественной жизни;
- анализировать заданную ситуацию, события, либо исторического события, связи и взаимодействие сфер общественной жизни;
- оригинально и быстро реагировать при решении творческих задач;
- создавать материалы для различных видов и типов СМИ с учетом их специфики;
- владеть языковыми нормами, профессиональными стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов;
- использовать знания об отечественных СМИ и телевидении;
- понимать структуру телевидения и способность ориентироваться в разнообразии телеканалов и телевизионных программ в рамках общедоступных федеральных телеканалов;
- уметь разработать и скорректировать концепцию СМИ, определить его формат, участвовать в программировании, планировании редакционной деятельности и анализе ее результатов, разработать авторский проект, планировать свою собственную работу;
- участвовать в соответствии с должностным статусом в организации работы СМИ, его подразделений и творческих коллективов;
- уметь привлекать к сотрудничеству со СМИ представителей различных сегментов общества, организаций, учреждений и взаимодействовать с ними;
- уметь создавать выпуск телепрограммы на базе современных технологий.

Критерии оценивания первого задания

№	Критерии оценивания	Баллы
1.	Аналитический уровень и фактическая точность	10
	Точность и убедительность аргументов	6
	Приведенные в тексте аргументы опираются на конкретные и актуальные факты и события общественной жизни, разнообразны по содержанию и форме и напрямую связаны с поставленной в тексте проблемой	6
	Приведенные в тексте аргументы опираются на конкретные факты и события общественной жизни, но однообразны по содержанию и форме и напрямую связаны с поставленной в тексте проблемой	4
	Приведенные в тексте аргументы опираются на конкретные факты и события общественной жизни, но однообразны по содержанию и форме и косвенно связаны с поставленной в тексте проблемой	3

	Аргументы носят случайный характер, не образуют системы	2
	Аргументы относятся к другим, не заявленным в тексте теме и проблеме	0
	Соблюдение фактической точности	4
	Не допущено ошибок	4
	Допущена одна ошибка	3
	Допущено две ошибки	2
	Допущено три ошибки	1
	Допущено более трех фактических ошибок	0
2.	Логико-смысловое и композиционное строение текста	12
	Смысловая целостность и последовательность изложения	10
	Текст характеризуется смысловой целостностью и последовательностью изложения, логических ошибок нет	10
	Текст характеризуется смысловой целостностью и последовательностью изложения, но допущена одна логическая ошибка	9
	В тексте допущено 2 логические ошибки	8
	В тексте допущено 3 логические ошибки	7
	В тексте допущено 4 логические ошибки	6
	В тексте допущено 5 логических ошибок	5
	В тексте допущено 6 логических ошибок	4
	В тексте допущено 7 логических ошибок	3
	В тексте допущено 8 логических ошибок	2
	В тексте допущено 9 логических ошибок	1
	В тексте допущено более 9 логических ошибок	0
	Соразмерность композиционных частей текста	2
	В тексте соблюдена соразмерность вступления, основной части и заключения	2
	В тексте нарушена соразмерность частей	1
	Отсутствует композиционное деление работы на вступление, основную часть и заключение	0
3.	Речевое оформление текста	7
	Точность и выразительность речи	5
	Текст характеризуется точностью выражения мысли, богатством словаря и разнообразием грамматических норм, присутствует публицистический стиль изложения	5
	Текст характеризуется точностью выражения мысли, но прослеживается однообразие лексики и/или грамматического строя речи, присутствует публицистический стиль изложения	3
	Текст характеризуется точностью выражения мысли, но имеется однообразие лексики и/или грамматического строя речи, присутствует официально-деловой стиль изложения	2
	Текст отличается бедностью словаря и однообразием грамматических норм	0
	Наличие заголовка к тексту	2
	Заголовок в полной мере отражает суть освещаемой в тексте проблемы	2

	Заголовок косвенно отражает суть освещаемой в тексте проблемы	1
	Заголовок не отражает суть освещаемой в тексте проблемы	0
4.	Орфографическая и пунктуационная грамотность, соблюдение речевых норм	11
	Соблюдение орфографических и/или пунктуационных норм	7
	Орфографических и пунктуационных ошибок нет (или допущено по 1 негрубой ошибке)	7
	Допущено не более 2 орфографических и/или 2 пунктуационных ошибок	6
	Допущено не более 3 орфографических и/или 3 пунктуационных ошибок	5
	ИТОГО (максимум за первую часть экзамена)	40

Критерии оценивания второго задания

Правильный ответ на каждый из двадцати вопросов тестирования оценивается членами предметной комиссии по телевидению в 3 (три) балла. 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 по журналистике 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.

Из двух абитуриентов, набравших равное количество баллов, предпочтение отдается тому, кто имеет опыт взаимодействия со средствами массовой информации. Это определяется не только по имеющемуся или отсутствующему портфолио авторских материалов абитуриента и их качеству. Это определяется по степени компетентности ответов абитуриента на профессионально ориентированные вопросы. Степень компетентности рассматривается как степень мотивированности соискателя в выборе профессии.

Пример экзаменационного билета

Задание № 1. Напишите эссе на тему «Как вы думаете, можно ли преодолеть цифровой разрыв поколений?».

Задание № 2. Ответьте на следующие вопросы теста:

1. Концентрация» на медиарынке – это... (продолжите):

- А. Совокупность материнской организации и контролируемых ею дочерних организаций, занимающихся какими-либо видами деятельности в сфере медиабизнеса;
- Б. Объединение предприятий, специализирующихся на различных стадиях жизненного цикла различных медиапродуктов;
- В. Объединение предприятий, специализирующихся на различных стадиях жизненного цикла одного медиапродукта;
- Г. Объединение медиапредприятий, владеющих СМИ, а также увеличение количества СМИ под эгидой одного медиапредприятия.

2. Какие экранные средства выражения телевидение заимствовало из кино?

- А. Кадр, план, ракурс, монтаж, панорамирование, тревеллинг, траекторная съемка.
- Б. Эмоциональность, избирательность, вариативность, конструирование, имитация.
- В. Авторская позиция, музыкальное оформление, сценарность, режиссура, синтетичность.
- Г. Системность, органичность, аналитичность, фактологичность, ментальность.

3. Аналитические жанры телевизионной публицистики – это... (какой из представленных ниже вариантов соответствует определению?):

- А. Это группа жанров, выражающих стремление к простой фиксации реальности. Автор идет за конкретным событием, явлением. Композиция таких материалов, их организация диктуются самим строем происходящего события.
- Б. Это тип сообщений, в которых автор анализирует реальные факты, явления в соответствии со своей творческой задачей. При этом композиция сообщения зависит не от фабулы события, но от замысла автора.
- В. Это тип сообщения, композиция которых зависит от образной системы, предложенной автором. При сохранении документальности материала автор пользуется средствами художественной выразительности вплоть до актерской игры.
- Г. Это тип сообщения, выражающих стремление к фиксации реальности через образную систему и выразительную режиссерскую работу.

РАЗДЕЛ III. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

3.1. Инструкция по выполнению работы

Внутреннее испытание профессиональной направленности проводится на русском языке как в очном (аудиторном), так и в дистанционном формате

(по желанию абитуриента).

Внутреннее испытание состоит из одной части и представляет собой письменные ответы абитуриента на задания, содержащиеся в самостоятельно вытянутом абитуриентом экзаменационном билете. В каждом из экзаменационных билетов содержится два задания.

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.

Отказ абитуриента выполнить творческое задание и ответить на предложенные тестовые вопросы рассматривается как отсутствие ответа; в этом случае в качестве результата экзамена выставляется 0 (ноль) баллов.

Знания абитуриента по внутреннему испытанию профессиональной направленности максимально могут быть оценены в 100 (сто) баллов.

Минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение вступительного испытания, устанавливается на уровне 40 (сорока) баллов.

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.

Из двух абитуриентов, набравших равное количество баллов, предпочтение отдается тому, кто имеет опыт взаимодействия со средствами массовой информации. Это определяется не только по имеющемуся или отсутствующему портфолио авторских материалов абитуриента и их качеству, но и по степени компетентности ответов абитуриента на профессионально ориентированные вопросы. Степень компетентности рассматривается как степень мотивированности соискателя в выборе профессии.

Инструкция для тех, кто проходит вступительное испытание дистанционно:

Для ответа на задание вам необходимо скачать бланк ответа, затем аккуратно и разборчивым почерком написать от руки ответы на задание 1 и задание 2, сфотографировать и отсканировать в формате .pdf. Затем необходимо переименовать файл, обязательно указав ваши полные фамилию, имя, отчество и название направления, по которому вы пишете данный экзамен. То есть название файла должно быть таким: «Иванов Иван Иванович Телевидение.pdf», где вместо «Иванов Иван Иванович» должны быть ваши фамилия, имя и отчество. Затем вам нужно прикрепить файл ответа в поле для внесения ответов и отправить этот же файл на электронную почту kpfu.tv@kpfu.ru.

Литература для подготовки к вступительному испытанию в магистратуру

Бобров, А. А. Журналистика. Введение в специальность. Новые и вековые медиа : учебное пособие / А. А. Бобров. - Москва : Директ-Медиа, 2022. - 220 с. - ISBN 978-5-4499-2782-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2140846> (дата обращения: 03.12.2025). – Режим доступа: по подписке.

Борецкий Р.А. Беседы об истории телевидения. – М.: ИКАР, 2011.

Васильев А.Д. Слово в российском телеэфире: Очерки новейшего словоупотребления. – М.: Флинта: Наука, 2012.

Васильева Т.В., Осинский В.Г., Петров Г.Н. Курс радиотелевизионной журналистики. – М.: Специальная литература, 2004.

Голядкин Н.А. История отечественного и зарубежного телевидения. – М., 2011.

Донских, А. Г. Журналистика и новейшие медиа в аспекте права, деонтологии и медиаобразования. Новые реалии : монография / А. Г. Донских ; Южный федеральный университет. - Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020. - 121 с. - ISBN 978-5-9275-3522-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1308371> (дата обращения: 03.12.2025). – Режим доступа: по подписке.

Зверева Е.А. Современные практики и методы исследования медиасферы: новые медиа, социальные медиа и мультимедиа [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / Е.А. Зверева, А.М. Шестерина, М.А. Мирошник. – Тамбов, 2020.

Иванов Г.П. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.

Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1209258> (дата обращения: 03.12.2025). – Режим доступа: по подписке.

Ковалев-Случевский К. Тележурналистика XXI века. – М.: Озон, 2012.

Кривошеев, В. М. В творческой лаборатории журналиста [Электронный ресурс] : учеб.-практ. пособие для студентов вузов / сост. и общ. ред. В. М. Кривошеева. - М.: Университетская книга, 2010. - 192 с.

Кульчицкая, Д. Ю. Новые медиа в глобальном мире : учебное пособие для студентов вузов / Д. Ю. Кульчицкая. - Москва : Издательство «Аспект Пресс»,

2024. - 141 с. - ISBN 978-5-7567-1133-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2155141> (дата обращения: 03.12.2025). – Режим доступа: по подписке.

Макашова, В. В. Правовое регулирование медиа : учебное пособие для вузов / В. В. Макашова. - Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2022. - 220 с. - ISBN 978-5-7567-1215-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1897288> (дата обращения: 03.12.2025). – Режим доступа: по подписке.

Маслова Т.Я. Сценарное мастерство. Драматургия документального фильма. – Кемерово: КемГИК, 2010 – 318 с.

Муратов С.А. Телевидение в поисках телевидения. Хроника авторских наблюдений. – М.: МГУ, 2009.

Основы журналистики: Учебное пособие / В.В. Бакшин. - М.: Флинта: Наука, 2009. - 56 с.:

Рысин Ю. Социально-информационные опасности телерадиовещания и информационных технологий. –М.: Гелеос АРВ, 2007.

Телевизионный журналист. Основы творческой деятельности /под ред. М. Бережной. – М.: Аспект Пресс, 2017.

Универсальная журналистика / под ред. Л.П. Шестеркиной. – М.: Аспект Пресс, 2016.

Фридрихсон А.И. Живой сценарий. Ремесло кинодраматурга. Кн. 1. – М.: ФЛИНТА, 2012.

Хорольский, В. В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа : курс лекций / В. В. Хорольский. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 175 с. - ISBN 978-5-9765-2469-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1150923> (дата обращения: 03.12.2025)

Цвик В.Л. Телевизионная журналистика. –М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.

Цвик В.Л. Телевизионная служба новостей. – М.: ЮНИТИДАНА, 2012.

Что нужно знать продюсеру о медиа : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Продюсерство»/ Т. Н. Парсаданова, И. В. Лесова, В. В. Демент, И. К. Хакимов ; под ред. Т. Н. Парсадановой ; Всерос.гос. ун-т кинематографии им. С.А. Герасимова (ВГИК) ; Кафедра продюсерского мастерства. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2024. - 375 с. - (Серия «Продюсерство»). - ISBN 978-5-238-03747-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2140811> (дата обращения: 03.12.2025). – Режим доступа: по подписке.

Шацкая, А. Д. Телеконтент в новых медиа: работа телевизионных каналов с эфирным контентом в Интернете : монография / А. Д. Шацкая, М. И. Макеенко. - Москва : Аспект Пресс, 2022. - 144 с. - ISBN 978-5-7567-1161-5. -

Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1851509> (дата обращения: 03.12.2025). – Режим доступа: по подписке.

Шестеркина Л.П., Николаева Т.Д. Методика телевизионной журналистики. – М., 2012.

Интернет-источники:

Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. Режим доступа: <https://vestnik.journ.msu.ru/?ysclid=miostm13zc808879961>

Егоров В.В. Терминологический словарь телевидения: основные понятия и комментарии. Режим доступа: <https://studfile.net/preview/12931752/>

Музей телевидения и радио в интернете. Режим доступа: <https://web.archive.org/web/20191120002222/http://www.tvmuseum.ru/>

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.: Медея, 2004. – 480с.

Саптак 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 «Региональное и национальное телевидение в эпоху цифровой глобализации»

1. Телевидение: определение и основные качества феномена
2. Региональное и национальное телевидение как субъект российского телевидения.
3. Развитие местного телевидения в условиях глобализации.
4. Специфика регионального и национального телевидения России.
5. Региональное и национальное ТВ в структуре СМИ.
6. Федеральное и региональное телевидение: сопоставительный анализ.
7. Факторы, влияющие на формирование телевидения в регионах.
8. Региональное и национальное телевидение в телевизионной индустрии.
9. Регионального и национального телевидения в новых исторических условиях.
10. Типология отечественных региональных и национальных телекомпаний.
11. Основные факторы развития современной типологической структуры региональных и национальных аудиовизуальных СМИ.
12. Система, структура собственности и основные стратегии развития региональных и национальных полновещательных каналов в России.
13. Цифровые регионы: полновещательные каналы и мультиплексы.
14. Телевидение как политический и национальный стратегический ресурс
15. Информационное телевидение: история становления и современное состояние
16. Зависимость тематической специализации канала от его технических характеристик.
17. Обзор современных форматов российских каналов.
18. Обзор форматов региональных и национальных каналов.
19. Специфика регионального и местного телевидения
20. Типология развлекательных телеканалов
21. Типология развлекательных программ
22. Специфика деловой и экономической информации на телевидении
23. Контент вещания и типология программного продукта
24. Компетенции региональных и национальных тележурналистов
25. Проблематика регионального и национального телевидения: информационная повестка дня.

26. Характеристика программной политики и программных стратегий полновещательных телеканалов.

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. Потокковое видео в интернете: понятие, разновидности, цель.
22. Блогинг.
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 «Медиабизнес»

1. Сущностные и системообразующие характеристики телевидения.
2. Телевидение как источник новостной информации и его специфические возможности.
3. Выразительные средства и язык информационных жанров на телевидении.
4. Медиа и коммуникационные экосистемы.
5. Управление сообществами и архитектура сетевых экосистем.
6. Социологический подход к изучению содержания медиаматериалов СМИ.
7. Методы эмпирических социологических исследований СМИ.
8. Методы интерпретации медиаконтента.
9. Работа журналиста с источниками информации. Цитирование, фактография.
10. Российский медиарынок: принципы функционирования и его ключевые участники.
11. Процессы глобализации, глокализации, концентрации, монополизации и их влияние на журналистику.
12. Мировые медиасистемы: особенности организации и формы деятельности.
13. Конвергенция в СМИ: формы, своеобразие.
14. Свойства массовой информации как основного понятия теории и практики современной журналистики.
15. Государственная информационная политика и способы ее осуществления.
16. Журналистика как социальный институт, ее специфика и полномочия. Понятие «четвертая власть».
17. Эффективность и действенность журналистики. Факторы эффективности СМИ.
18. СМИ как система, ее структурные особенности, типологические характеристики, типформирующие факторы.
19. Разработка концепции СМИ, программирование и планирование в системе редакционной деятельности.
20. Понятие стриминговых платформ.

21. Финансовые модели современных массмедиа.
22. Производство контента.
23. Дистрибуция контента в мультимедийной среде.
24. Медиаизмерения и управление аудиторией.
25. Бизнес-модели монетизации контента.
26. Социальные медиа и мессенджеры.
27. Типология экосистем.
28. Российская и международная практика функционирования цифровых экосистем.
29. Маркетинговая деятельность медиа.
30. Понятие фактчекинга.

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.