

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО АВТОНОМНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАЗАНСКИЙ (ПРИВОЛЖСКИЙ) ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
В ГОРОДЕ ДЖИЗАКЕ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности

Е.А. Турилова

« 03 / 04 / 2026 г.



ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Направление подготовки: **42.04.02 «Журналистика»**

Профиль подготовки **«Новые медиа»**

Квалификация: **магистр**

Форма обучения: **очная**

Язык обучения: **русский**

Год начала обучения: **2026**

Лист согласования программы вступительного испытания

Разработчик программы:

Председатель экзаменационной комиссии, заведующая кафедрой
общественных наук, кандидат педагогических наук

Шагаева А.Ю.

Заместитель председателя комиссии, доцент кафедры национальных и
глобальных медиа Института социально-философских наук и массовых
коммуникаций Высшей школы журналистики и медиа коммуникаций КФУ
кандидат филологических наук

Шакиров А.И.

Ассистент кафедры общественных наук филиала КФУ в городе Джизаке

Наврузова Е. П.

Решением Учебно-методической комиссии Филиала КФУ в г. Джизаке
программа вступительного испытания рекомендована к утверждению
Ученым советом. Протокол № 3 от «17» февраля 2026 г.

Программа вступительного испытания утверждена на заседании
Ученого совета Филиала КФУ в г. Джизаке. Протокол № 2 от «25» февраля
2026 г.

Содержание

Раздел I. Вводная часть

- 1.1 Цель и задачи вступительных испытаний
- 1.2 Общие требования к организации вступительных испытаний
- 1.3 Описание формы проведения вступительных испытаний
- 1.4 Продолжительность вступительных испытаний
- 1.5 Структура вступительных испытаний

Раздел II. Содержание программы

Раздел III. Фонд оценочных средств

- 3.1. Инструкция по выполнению работы
- 3.2. Примерные задания

Раздел IV. Список литературы

РАЗДЕЛ I. ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1.1 Цель и задачи вступительных испытаний

Вступительный экзамен является основной формой конкурсного отбора для лиц, поступающих в магистратуру Филиала КФУ в г. Джизаке по направлению подготовки 42.04.02 «Журналистика», профиль «Новые медиа».

Цель проведения вступительного экзамена состоит в определении общего уровня подготовленности абитуриентов в сфере проблем современной журналистики, а также их готовности к освоению программы магистратуры в условиях функционирования медиасистемы Республики Узбекистан.

1.2 Общие требования к организации вступительных испытаний

Поступающий в магистратуру Филиала КФУ в г. Джизаке по направлению 42.04.02 «Журналистика» должен обладать следующими знаниями, умениями и навыками:

знать основные закономерности развития современной медиаотрасли, включая особенности медиарынка Узбекистана;

владеть основными методами журналистской деятельности, форматами журналистского творчества, включая цифровые форматы;

владеть профессиональными стандартами, языковыми нормами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов;

создавать творческое журналистское произведение разных форматов на базе современных технологий, материалы для различных видов и типов СМИ с учетом их специфики;

уметь разрабатывать и корректировать концепцию СМИ, определять его формат, участвовать в программировании и планировании редакционной деятельности;

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.

1.3 Описание формы проведения вступительных испытаний

Вступительное испытание проводится в форме тестирования. Тестирование проводится согласно установленному расписанию очно в Филиале КФУ в г. Джизаке и/или с использованием дистанционных технологий с применением системы прокторинга.

1.4 Продолжительность вступительных испытаний

На выполнение тестирования абитуриенту дается 60 (шестьдесят) минут.

1.5 Структура вступительных испытаний

Программа вступительного испытания в магистратуру Филиала КФУ в г. Джизаке содержит разделы общего и специального характера, отражающие закономерности и тенденции функционирования журналистики в современном обществе, включая медиaprостранство Республики Узбекистан.

В соответствии с ФГОС третьего поколения плюс объектами профессиональной деятельности магистров являются: массовая информация, передаваемая по различным каналам СМИ, адресованная различным аудиторным группам, а также научная информация, связанная с анализом функционирования СМИ и других средств массовой коммуникации. Магистр по направлению 42.04.02 «Журналистика» проходит подготовку к следующим видам профессиональной деятельности: профессионально-творческая авторская журналистская деятельность; проектно-аналитическая деятельность; организационно-управленческая деятельность; профессионально-прикладная деятельность; научно-исследовательская и

учебно-педагогическая деятельность, включающая преподавание дисциплин на отделениях и факультетах журналистики.

РАЗДЕЛ II. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Журналистика в системе социальных коммуникаций

Журналистика как социальный институт и сфера массово-информационной деятельности. Структура массовой коммуникации: коммуникатор, содержание, канал, аудитория, обратная связь. Специфика журналистской информации: актуальность, достоверность, оперативность, массовость. Социальные функции журналистики: информационная, коммуникативная, культурно-образовательная, идеологическая, развлекательная. Трансформация функций в условиях цифровизации. Роль журналистики в формировании гражданского общества и публичной сферы.

Медиасистема: структура, типология, тенденции развития

Понятие медиасистемы. Типоформирующие факторы: аудиторный, учредительский, содержательный, технологический. Классификация СМИ: печатные, аудиовизуальные, электронные. Особенности функционирования прессы, радио, телевидения в современном мире. Сетевая журналистика: интернет-СМИ, социальные медиа, мессенджеры, платформенные решения. Конвергенция редакционных процессов: мультимедийные редакции, универсальный журналист. Цифровая трансформация медиа: искусственный интеллект, большие данные, персонализация контента.

Медиарынок и экономические основы деятельности СМИ

Информационный рынок: структура, сегментирование, позиционирование. Модели финансирования СМИ: государственная поддержка, рекламная модель, подписка, краудфандинг, спонсорство. Разработка концепции медиапроекта: целевая аудитория, миссия, формат, контент-стратегия. Редакционный менеджмент: управление творческим коллективом, планирование работы, бюджетирование. Маркетинговые коммуникации в продвижении СМИ: брендинг, промоактивность, взаимодействие с аудиторией.

Технологии медиапроизводства

Технологический цикл создания медиапродукта. Особенности печатных СМИ: верстка, допечатная подготовка, типографские процессы. Технологии радиопроизводства: запись, монтаж, эфирное вещание, подкастинг. Телевизионное производство: студийная и внестудийная съемка, монтаж, телевизионные форматы. Интернет-журналистика: сайты, социальные сети, мессенджеры, видеохостинги. Мультимедийные форматы: лонгриды, видео- и аудиосериалы, интерактивные проекты. Работа с цифровыми инструментами: графические редакторы, видеоредакторы, CMS-платформы, программы для рассылок.

Творческая деятельность журналиста

Журналистика как вид творчества: соотношение факта и вымысла, объективность и субъективность. Методы сбора информации: наблюдение, интервью, работа с документами, эксперимент. Источники информации: открытые и закрытые, официальные и неофициальные, первичные и вторичные. Профессиональные компетенции журналиста: умение работать с информацией, аналитические способности, навыки написания текстов, работа с мультимедиа. Творческая индивидуальность журналиста: стиль, образ, авторская позиция.

Жанровая система журналистики

Жанр как форма отражения действительности. Новостные жанры: заметка, репортаж, интервью. Аналитические жанры: статья, комментарий, обозрение, рецензия, журналистское расследование. Художественно-публицистические жанры: очерк, эссе, фельетон. Трансформация жанров в цифровой среде: лонгрид, мультимедийный репортаж, сторителлинг, подкаст. Форматы социальных медиа: пост, сторис, стрим, клип.

Правовое регулирование СМИ

Законодательство о СМИ в Российской Федерации: Закон «О средствах массовой информации», права и обязанности журналиста, порядок регистрации СМИ. Особенности правового регулирования СМИ в Республике Узбекистан: Закон «О средствах массовой информации», Закон «О принципах и гарантиях свободы информации». Авторское право в

журналистике: объекты авторских прав, использование произведений, ответственность за нарушение. Правовые аспекты работы в интернете: распространение информации, персональные данные, ответственность за противоправный контент. Международные правовые стандарты в сфере журналистики.

Профессиональная этика журналиста

Этические принципы журналистской деятельности: правдивость, объективность, уважение к личности, соблюдение конфиденциальности, презумпция невиновности. Кодексы профессиональной этики: российские и международные. Этические дилеммы в работе журналиста: конфликт интересов, вторжение в частную жизнь, работа с уязвимыми группами. Этика в цифровой среде: фактчекинг, борьба с дезинформацией, ответственность за комментарии. Механизмы саморегуляции: жалобные комиссии, омбудсмены, этические советы.

Стилистика и литературное редактирование

Функциональные стили русского литературного языка. Публицистический стиль: основные черты, лексические и синтаксические особенности. Качества грамотной речи: точность, ясность, логичность, выразительность, уместность. Типичные ошибки в журналистских текстах: лексические, грамматические, стилистические. Работа редактора с текстом: правка-вычитка, правка-сокращение, правка-переделка. Особенности редактирования текстов для разных медиаплатформ: печать, интернет, социальные сети.

Социология журналистики и медиаисследования

Социологический подход к изучению массовой коммуникации. Аудитория СМИ: структура, мотивация, медиапотребление. Методы изучения аудитории: опросы, фокус-группы, анализ данных. Контент-анализ как метод исследования медиатекстов. Исследования эффективности СМИ: узнаваемость, цитируемость, влияние на аудиторию. Социологические исследования в редакционной практике: изучение потребностей аудитории, оценка контента, прогнозирование трендов.

Новые медиа: специфика и тенденции развития

Понятие «новые медиа»: интерактивность, гипертекстуальность, мультимедийность, конвергентность. Социальные медиа как среда распространения контента: алгоритмы, форматы, вовлеченность аудитории. Мобильная журналистика (мобжурналистика): инструменты, форматы, особенности работы. Платформенные медиа: YouTube, Telegram, TikTok, Instagram*. Искусственный интеллект в медиа: автоматизация производства контента, рекомендательные системы, чат-боты. Монетизация новых медиа: нативная реклама, спонсорство, подписки, донаты.

Медиасреда Узбекистана: особенности и перспективы

История развития СМИ в Узбекистане: от советской модели к национальной медиасистеме. Современная структура медиарынка: государственные и негосударственные СМИ, информационные агентства. Национальные и русскоязычные СМИ: особенности функционирования, аудитория, контент. Цифровая трансформация медиа Узбекистана: интернет-издания, социальные сети, мессенджеры. Государственная информационная политика: законодательство, поддержка медиа, вопросы информационной безопасности. Особенности подготовки журналистских кадров в Узбекистане. Русскоязычная журналистика в республике: традиции, современное состояние, перспективы.

РАЗДЕЛ III. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

3.1. Инструкция по выполнению работы

Знания абитуриента по внутреннему испытанию профессиональной направленности максимально могут быть оценены в 100 (сто) баллов. Каждый из предложенных 25 тестовых вопросов имеет только один правильный ответ. Правильный ответ на каждый вопрос компьютерного тестирования оценивается членами предметной комиссии по журналистике в 4 (четыре) балла. Каждый

неправильный ответ оценивается в 0 (ноль) баллов. Общее количество набранных абитуриентом баллов за экзамен определяется членами предметной комиссии по журналистике путем суммирования ответов за каждый вопрос компьютерного тестирования. Отказ абитуриента отвечать на предложенные вопросы по темам рассматривается как отсутствие ответа; в этом случае в качестве результата экзамена выставляется 0 (ноль) баллов. Минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение вступительного испытания, устанавливается на уровне 40 (сорока) баллов

Критерии зачисления в случае равенства конкурсных баллов

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 Журналистика в научных журналах и сборниках научных статей.

3.2. Примерные вопросы

I. Вопросы теоретико-практической части (общепрофессиональные вопросы):

1. Понятие массовой информации: свойства, функции, особенности воздействия на аудиторию.
2. Журналистика как социальный институт: структура, функции, взаимодействие с обществом и государством.
3. Социальные функции журналистики: классификация, трансформация в цифровую эпоху.
4. Медиасистема: понятие, типология, факторы формирования.
5. Типология современных СМИ: классификация по способу распространения, аудитории, содержанию.
6. Конвергенция в СМИ: понятие, уровни, последствия для редакционной работы.
7. Информационное общество: основные характеристики, роль журналистики.
8. Процессы глобализации и глокализации в медиасфере.
9. Государственная информационная политика: цели, инструменты, модели реализации.
10. Свобода слова и правовое регулирование СМИ: баланс интересов.
11. Права и обязанности журналиста: законодательное закрепление и этические ограничения.
12. Авторское право в журналистике: объекты, субъекты, особенности использования.
13. Профессиональная этика журналиста: принципы, кодексы, механизмы саморегуляции.
14. Журналистское расследование: методы, правовые и этические аспекты.
15. Фактчекинг: понятие, методы, роль в противодействии дезинформации.
16. Социологические методы в работе журналиста: опросы, контент-анализ,

изучение аудитории.

17. Аудитория СМИ: понятие, структура, методы изучения.

18. Медиаменеджмент: управление редакцией, планирование, бюджетирование.

19. Маркетинговые коммуникации в продвижении СМИ: брендинг, реклама, PR.

20. Монетизация медиапроектов: модели, инструменты, эффективность.

II. Вопросы специальной части (практические вопросы специального характера).

1. Понятие «новые медиа»: ключевые характеристики (интерактивность, гипертекстуальность, мультимедийность).

2. Цифровая трансформация редакций: мультимедийные редакции, универсальный журналист.

3. Социальные медиа как канал распространения информации: алгоритмы, форматы, вовлеченность.

4. Мобильная журналистика (мобжурналистика): инструменты, форматы, особенности работы.

5. Мультимедийный сторителлинг: приемы, структура, примеры.

6. Лонгрид как жанр новых медиа: особенности структуры и визуального оформления.

7. Подкастинг: форматы, технологии создания, монетизация.

8. Искусственный интеллект в медиа: автоматизация контента, рекомендательные системы, чат-боты.

9. Визуальная журналистика: инфографика, видеоконтент, фотожурналистика в цифровой среде.

10. Особенности работы журналиста в Telegram: каналы, чаты, форматы подачи.

11. Этические вызовы новых медиа: дезинформация, хейтспич, приватность.

12. Правовое регулирование интернет-СМИ: регистрация, ответственность, ограничения.

13. Интерактивные форматы: опросы, голосования, пользовательский контент (UGC).

14. Аналитика в новых медиа: метрики, инструменты, интерпретация данных.

15. Монетизация новых медиа: нативная реклама, спонсорство, подписки, донаты.

16. SMM-стратегии для медиапроектов: контент-план, вовлечение, работа с аудиторией.

17. Визуальный контент в новых медиа: требования, инструменты создания, тренды.

18. Специфика работы журналиста в условиях мультиплатформенности.

19. Проектный подход в создании новых медиа: от идеи до запуска.

Региональный компонент (медиа среда Узбекистана)

1. История развития СМИ в Узбекистане: основные этапы и тенденции.
2. Современная структура медиарынка Узбекистана: государственные и негосударственные СМИ.
3. Законодательство о СМИ в Республике Узбекистан: основные положения.
4. Национальные и русскоязычные СМИ Узбекистана: особенности функционирования и аудитория.
5. Цифровая трансформация медиа в Узбекистане: интернет-издания, социальные медиа.
6. Русскоязычная журналистика в Узбекистане: традиции, современное состояние, перспективы.
7. Информационные агентства Узбекистана: структура, функции, роль в медиасистеме.
8. Государственная информационная политика Узбекистана: цели, приоритеты, механизмы реализации.
9. Особенности подготовки журналистских кадров в Узбекистане.
10. Перспективы развития медиа в Узбекистане: тренды и вызовы.

РАЗДЕЛ IV. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баканов Р.П., Егорова Л.Г., Сабирова Л.Р., Туманов Д.В. Жанры современной журналистики / Р.П. Баканов, Л.Г. Егорова, Л.Р. Сабирова, Д.В. Туманов. - М.: Флинта, 2023. - 412 с.
2. Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России: Учеб, пособие для студентов вузов / Дзялошинский И.М. - М.: Аспект Пресс, 2017. - 312 с.
3. Калмыков А.А. Интернет-журналистика: учебное пособие / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.-383 с.
4. Кирия И.В. Новикова А.А. История и теория медиа: учебник для вузов / И.В. Кирия, А.А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. 423 с.
5. Корконосенко С.Г. Теория журналистики: моделирование и применение: учебное пособие / С. Г. Корконосенко. - М.: Логос, 2020. - 248 с.
6. Коханова Л.А. Основы теории журналистики: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика» / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 536 с. Лазутина Г.В., Профессиональная этика журналиста : учебник для студентов вузов / Г. В. Лазутина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2011. - 224 с.
7. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: учебник для студентов вузов / Е. П. Прохоров. - 8-е изд., испр. - М.: Аспект Пресс, 2011. - 351 с.

8. Распопова С.С. Основы журналистской деятельности: учебник для бакалавров / Распопова С.С. - М.: Аспект Пресс, 2018. - 272 с.

9. Свитич Л.Г. Введение в специальность: Профессия: журналист: учебное пособие для студентов вузов / Л. Г. Свитич. - 3-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2011. - 255 с. - ISBN 978-5-7567-0602-4 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706024.html> (дата обращения: 14.09.2023). - Режим доступа: по подписке.

10. Типология современной российской прессы: Монография / А.А. Грабельников, А.А. Кажикин, В.В. Тулупов / Под ред. В.В. Тулупова. - Воронеж: Кварта, 2018. - 230 с.

11. Шестеркина Л.П., Универсальная журналистика: учебник для вузов / Шестеркина Л.П. - М.: Аспект Пресс, 2016. - 480 с.