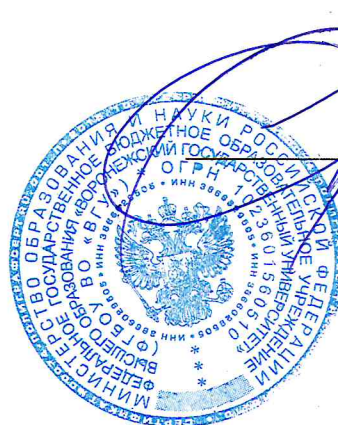


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)



УТВЕРЖДАЮ
Ректор
Д.А. Ендовицкий

М. П. 28.09.2018

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ПРИ ПРИЕМЕ
НА ОБУЧЕНИЕ ПО ПРОГРАММАМ МАГИСТРАТУРЫ**

42.04.05 Медиакоммуникации

Программа разработана на основе ФГОС высшего образования по программе магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации

Аннотации к программам магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации

I. Магистерские программы и формы обучения

1. Магистерская программа «Массмедиа и контент-маркетинг» (направление 42.04.05 Медиакоммуникации), очная форма обучения.

1. Наименование магистерской программы:

«Массмедиа и контент-маркетинг»

Руководитель магистерской программы: к.п.н., доц. Сухоруких И.А.

Краткое описание магистерской программы:

Программа «Массмедиа и контент-маркетинг» направлена на профессиональную подготовку работников в сфере массмедиа. Выпускники этой программы могут работать в творческих и управленческих структурах медиаорганизаций (печатных изданий, телевизионных каналов, радиостанций, электронные средства массовой информации, информационных агентств); на интернет-порталах, в производственных телевизионных подразделениях и компаниях, в сферах культурных индустрий, куда относятся производство кино- и телевизионных фильмов, создание мультимедийных медиапродуктов (в том числе видеоигр), книгоиздательский бизнес; в рекламных агентствах, в управляющих компаниях, владеющих медиаорганизациями, компаниями в сфере культурных индустрий, рекламными агентствами; в экспертных, отраслевых и государственных исследовательских организациях, занимающихся анализом медиаотрасли; а также в научных и образовательных структурах, готовящих специалистов в сфере медиа и ведущих прикладную и фундаментальную научную деятельность в этой сфере.

II. Вступительное испытание «Медиакоммуникации»

Форма вступительного испытания: письменный экзамен

Разделы:

1. Основы медиакоммуникаций.
2. История отечественной (русской) литературы
3. Современный русский язык

III. Программа вступительного испытания для поступающих в магистратуру на направление «Медиакоммуникации».

Раздел I.

1. Наименование: Основы медиакоммуникаций.

2. Составители: к. филол. н., доц. Давтян А.А..

3. Основные знания, умения и навыки, которыми должен обладать поступающий, определяются компетенциями, формируемыми у обучающихся в соответствии с ФГОС:

– по направлению «Медиакоммуникации» (бакалавриат), в первую очередь по дисциплинам: Основы медиакоммуникаций;

– по направлению «Журналистика» (бакалавриат), в первую очередь по дисциплинам: Основы теории журналистики, Основы журналистской деятельности, Система СМИ;

– по направлению «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат) в первую очередь по дисциплинам: Основы рекламы, Основы связей с общественностью.

4. Тематический план

Вступительное испытание «Основы медиакоммуникаций» направлено на оценку готовности поступающего к обучению по направлению «Медиакоммуникации на уровне магистратуры и осуществлению деятельности в сфере медиакоммуникации в будущем. Программа включает следующие разделы:

Название темы	Содержание темы
Журналистика	1. Журналистика как вид деятельности и социальный институт 2. Функции журналистики в обществе 3. Жанры журналистских произведений 4. Федеральный закон о средствах массовой информации: основные положения 5. Современные массмедиа (на выбор: пресса или электронные коммуникации)
Реклама	1. Реклама как вид деятельности и социальный институт 2. Функции рекламы 3. Разновидности рекламы 4. Аудитории рекламы 5. Рекламное сообщение
Связи с общественностью	1. СО как вид деятельности и социальный институт 2. Функции СО 3. Основные виды СО-текстов 4. Целевые аудитории СО 5. Корпоративная культура

5. Список рекомендуемой литературы:

1. Вартанов А. Российское телевидение на рубеже веков: программы, проблемы, лица / А. Вартанов. – М. : КДУ, 2009. – 479 с.
2. Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра / С. М. Гуревич. – М. : Аспект-Пресс, 2004. – 287 с.
3. Данилина В.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика / В.В.Данилина, М.В.Луканина, Л.В.Минаева, Л.К.Салиева / под ред. Л.В.Минаевой. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 288 с.
4. Интернет-СМИ. Теория и практика / под ред. М.М. Лукиной. – М. : Аспект Пресс, 2011. – 346 с.
5. Кодекс профессиональной этики российского журналиста // http://www.ruj.ru/_about/code_of_professional_ethics_of_the_russian_journalist.php
6. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста / Г.В. Лазутина. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 239 с.
7. Лазутина Г.В. Жанры журналистского творчества / Г.В. Лазутина, С.С. Распопова. – М. : Аспект Пресс, 2012. – 319 с.
8. Основы журналистской деятельности / под ред. С.Г. Корконосенко. – М. : Юрайт, 2014. – 332 с.

9. О средствах массовой информации. Закон РФ // <http://www.consultant.ru/popular/smi/>
10. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М. : Аспект Пресс, 2012. – 349 с.
11. Радиожурналистика / под ред. А.А. Шереля. – М. : Изд-во Моск. ун-та : Наука, 2005. – 477 с.
12. Реклама и связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие / под ред. В.В.Тулупова. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. – 372 с.
13. Реклама: теория и практика : учеб. пос. / под ред. В.В.Тулупова. – Воронеж : Изд. ВГУ, 2011. – 400 с.
14. Связи с общественностью: теория и практика : учеб. пос. / под ред. проф. В.В.Тулупова и доц. Е.Е.Топильской . – Воронеж : Изд. ВГУ, 2010. – 247 с.
15. Средства массовой информации России / под ред. Я.Н. Засурского. – М. : Аспект Пресс, 2011. – 389 с.
16. Тертычный А.А. Жанры периодической печати / А.А. Тертычный. – М. : Аспект Пресс, 2014. – 319 с.

Раздел II.

1. Наименование: История отечественной (русской) литературы.

2. Составители: канд. филол. н., доц. Гладышева Светлана Николаевна.

3. Основные знания, умения и навыки, которыми должен обладать поступающий:

- знание образной природы словесного искусства;
- знание основных этапов развития отечественной литературы;
- знание основных закономерностей историко-литературного процесса и черт литературных направлений;
- знание основных теоретико-литературных понятий;
- знание творчества основных представителей отечественной литературы, наиболее ярких их произведений, основных черт их эстетических концепций;
- умение составить достоверную и упорядоченную картину развития отечественной литературы;
- умение анализировать и интерпретировать художественное произведение, используя сведения по истории и теории литературы (тематика, проблематика, пафос, система образов, особенности композиции, изобразительно-выразительные средства языка, художественная деталь);
- умение выявлять авторскую позицию;
- умение сопоставлять литературные произведения;
- умение соотносить художественную литературу с общественной жизнью и культурой, раскрывать конкретно-историческое и общечеловеческое содержание литературных произведений; соотносить произведение с литературным направлением эпохи;
- навыки выявления традиций, выработанных отечественной литературой в процессе ее исторического развития.

4. Тематический план.

Отечественная литература XIX века.

А.С. Пушкин. Роман в стихах «Евгений Онегин» как исповедь человека конца 20-х-начала 30-х годов XIX века. Композиция и сюжет; автор, герои и мир в романе, его эстетическое своеобразие. Тема «маленького человека» в «Станционном смотрителе» («Повести Белкина»).

М.Ю. Лермонтов. Роман «Герой нашего времени». Жанровое своеобразие, композиция. Особенности лермонтовского психологизма в романе.

Н.В. Гоголь. Повесть «Шинель», тема «маленького человека».

Ф.М. Достоевский. Эволюция образа «маленького человека» в «Бедных людях». Роман «Преступление и наказание»: жанровое своеобразие, внимание к внутреннему миру своих героев, напряженность конфликта. Теория Раскольникова и её разоблачение в романе.

Л.Н. Толстой. Роман-эпопея «Война и мир»: персонажный ряд, идейный ряд, смысл истории (по Толстому). «Лабиринт сцеплений» в романе: исторический пласт, нравственно-этический, народный. «Мысль народная» и «мысль семейная» в романе.

А.П. Чехов. Особенности драматургии Чехова. «Чайка», «Дядя Ваня», «Три сестры», «Вишневый сад». Новый тип конфликта, многозначность характеров, способы раскрытия действия, роль подтекста, символика.

Отечественная литература рубежа XIX-XX вв.

И.А. Бунин. Образ России в рассказе «Антоновские яблоки» и повести «Деревня».

А.И. Куприн. Изображение мира природы и человека в повести «Олеся».

М.Горький. Идея жизнестроения в романе М. Горького «Мать».

Формирование модернистских течений в русской литературе серебряного века.

Русский символизм. Особенности создания художественного образа в поэзии А. Блока (Цикл «Маски». Цикл «Родина». «Скифы»).

Акмеизм как литературное течение серебряного века. Теория и практика акмеизма в творчестве Н. Гумилева.

Имажинизм. Поэзия С.А. Есенина. Тема России в его лирике. Трагизм восприятия гибели русской деревни.

Футиризм. Поэзия В. Маяковского.

Отечественная литература XX века.

А.Н. Толстой. Роман «Хождение по мукам». Проблема авторской позиции.

А. Платонов. Роман «Чевенгур», повесть «Котлован», исторический контекст произведений. Проблема назначения человека в его произведениях.

М.А. Шолохов. «Донские рассказы», «Тихий Дон», «Поднятая целина». Тематика и проблематика его произведений.

И. Бабель. Цикл рассказов «Конармия» Проблема гуманизма в трактовке И. Бабеля. Образ рассказчика. Своеобразие типизации. Особенности стиля.

М. Булгаков. Роман «Белая гвардия». Тема непреходящего значения общечеловеческих ценностей. Частная жизнь и история в композиции романа. Образ автора. Роман «Белая гвардия» и пьеса «Дни Турбиных».

Особенности поэзии 60-90-х гг. XX века. «Громкая» и «тихая» лирика (Р. Рождественский, А. Вознесенский, Е. Евтушенко, Н. Рубцов). Место авторской песни (Б. Окуджава, В. Высоцкий и др.).

Деревенская проза второй половины XX века. Тематика и проблематика произведений писателей-деревенщиков. Осмысление драматической судьбы крестьянства русской деревни в XX веке, внимание к нравственным вопросам. Повесть В. Распутина «Прощание с Матерой». Повесть В. Белова «Привычное дело». Повесть В. Астафьева «Последний поклон».

Городская проза 60-90-х гг. XX века: повесть Ю. Трифонова «Дом на набережной».

Военная проза: повесть В. Кондратьева «Сашка», повесть К. Воробьева «Убиты под Москвой».

Вопросы по «Истории отечественной (русской) литературы»

1. Роман в стихах А.С. Пушкина «Евгений Онегин»: композиция и сюжет, образы главных героев романа.
2. Роман М.Ю. Лермонтова «Герой нашего времени»: композиция и её роль в раскрытии образа главного героя Печорина.
3. Эволюция образа «маленького человека» в русской литературе (А.С. Пушкин «Станционный смотритель», Н.В. Гоголь «Шинель», Ф.М. Достоевский «Бедные люди»).
4. «Мысль народная» и «мысль семейная» в романе-эпопее Л.Н. Толстого «Война и мир».
5. Теория Раскольникова и её разоблачение в романе Ф.М. Достоевского «Преступление и наказание».
6. Особенности драматургии А.П. Чехова.
7. Серебряный век русской литературы: основные направления в поэзии (на примере 1-2 авторов) и прозе (И. Бунин, А. Куприн, М. Горький – по выбору).
8. Изображение исторических событий 20-30-х гг. XX века в произведениях М. Шолохова («Донские рассказы» или «Тихий Дон», «Поднятая целина»), М. Булгакова («Белая гвардия» или «Дни Турбиных»), И. Бабеля («Конармия»), А. Платонова («Чевенгур» или «Котлован») – по выбору.
9. Основные направления литературы 60-90-х гг. XX века (городская, военная, деревенская проза по произведениям Ю. Трифонова, В. Кондратьева, К. Воробьева, В. Распутина, В. Белова, В. Астафьева и др.) – по выбору.
10. Поэзия 60-90-х гг. XX века. Основные течения, темы, мотивы («громкая» и «тихая» лирика, авторская песня). На примере произведений Е. Евтушенко, А. Вознесенского, Р. Рождественского, Б. Окуджавы, В. Высоцкого, Н. Рубцова и др.

5. Список рекомендуемой литературы (основной, дополнительной).

Основная литература:

1. История русской литературы XI – XIX веков. Под ред. Коровина В.И., Якушина Н.И. – М., 2007. – 592 с.
2. Русская литература XX в.: Учебн. пособие для студентов высших учебн.заведений: в 2 т. / Под ред. Л.П.Кременцова – 3-е изд., испр и доп. – М.: Изд.центр «Академия», 2005 – Т.1 – 496 с.; Т.2 – 464 с.

Дополнительная литература:

1. Русская литература XX в.: Учебн.пособие для студентов, обучающихся по направлению и специальности «Филология» / Под ред. Е.Г.Муценко, Т.А.Никоновой. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 1999 – 800 с.
2. Русская литературная классика XIX века: Учебн. пособие / Под ред. А.А. Слинком В.А. Свительского. – Воронеж: ВГУ-МИОН, 2001. – 426 с.
3. Соколов А.Г. История русской литературы конца 19 – начала 20 века. Учебник / А.Г.Соколов – 4-е изд. перераб. и доп. – М.: Высшая шк., Изд. Центр «Академия», 1999 – 432 с.
4. Якушин Н.И. Русская литература XIX века (первая половина). – М.: ВЛАДОС, 2001. – 256 с.

Раздел III.

1. Наименование: Современный русский язык.

2. Составители: канд. филол. н., доц. Шишлянникова Анна Михайловна.

3. Основные знания, умения и навыки, которыми должен обладать поступающий:

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- способность эффективно использовать лексические, грамматические, семантические, стилистические нормы современного русского языка в профессиональной деятельности;
- способность анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, формами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов.

4. Тематический план

Вступительное испытание «Современный русский язык» направлено на оценку степени грамотности поступающего. Вопросы по дисциплине «Современный русский язык» составлены с учетом содержания программ обучения по направлению «Журналистика» на уровне бакалавриата. Испытание по «Современному русскому языку» включает следующие задания:

Орфография.

Пунктуация.

Практическая стилистика.

5. Рекомендуемая литература для подготовки к русскому языку

1. Розенталь Д. Э. Справочник по правописанию и литературной правке / Под. Ред. И. Б. Голуб. – 3-е изд., испр. – М.: Рольф, 2001. 368 с.
2. Русский язык и культура речи : учебник для студ. вузов / А. И. Дунев [и др.] ; под ред. В. Д. Черняк.— М. ; СПб : Высш. шк. : Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2005 .— 508 с.
3. Текстовые ошибки. Выпуск 1: Лексические (речевые и собственно стилистические) ошибки в текст : пособие по специальностям: журналистика 021400, современный русский язык ОПД.Ф.07; реклама 350700, стилистика ОПД.Р.02; связи с общественностью 350400, стилистика и литредактирование ОПД.Ф.10. Вып.1 / Воронеж. гос. ун-т; сост. А. М. Шишлянникова .— Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2004 .— 26 с.
4. Текстовые ошибки. Выпуск 2: Грамматические (речевые и собственно стилистические) ошибки в тексте : пособие по специальностям: 030601 (022400) Журналистика - ОПД.Ф.07 Современный русский язык ; 070700 (350700) Реклама-ОПД.Р.02- Стилистика ; 030602 (350400) Связи с общественностью -ОПД.Ф.10 Стилистика и литературное редактирование . Вып.2 / Воронеж. гос. ун-т; сост. А. М. Шишлянникова .— Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2005 .— 34 с.
5. Текстовые ошибки. Выпуск 3. Ошибки в содержании мысли (логические, смысловые, фактические) / Воронеж. гос. ун-т; сост. И. В. Хорошунова, А. М. Шишлянникова. - Воронеж: Воронеж. гос. ун-т, 2008. – 39 с.

IV. Образец контрольно-измерительных материалов

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ
председатель приемной комиссии
_____ Д.А. Ендовицкий
_____.____.20__

Направление подготовки: **«Медиакоммуникации»**

Предметы вступительных испытаний:

1. Основы медиакоммуникаций.
2. История отечественной (русской) литературы.
3. Современный русский язык.

Контрольно-измерительный материал № 1.

1. Вопрос по 1 предмету

Функции рекламы.

2. Вопрос по 2 предмету

Особенности драматургии А.П. Чехова.

3. Вопрос по 3 предмету

Вставьте пропущенные буквы в следующих словах:

Аген...ство, антр...пр...нёр, б...рельеф, в...н...грет, в...рн...саж, д...з...ртир,
д...з...нф...цировать, им...н...тет, к...л...мбур, эл...егия.

Вставьте пропущенные знаки препинания в следующем предложении:

Когда я прохожу мимо крестьянских лесов которые я спас от порубки или когда я слышу как шумит молодой лес посаженный моими руками я сознаю что климат немножко и в моей власти и что если через тысячу лет человек будет счастлив в этом немножко буду виноват и я.

Найдите в следующих газетных текстах речевые и стилистические ошибки, охарактеризуйте и исправьте их (примеры прилагаются).

Председатель экзаменационной комиссии

_____ *подпись*

А.А. Давтян
_____ *расшифровка подписи*

V. Вариант ответа на КИМ

1. Функции рекламы.

Существуют следующие функции рекламы.

1. *Информационно-воздействующая.* Реклама информирует потребителей о появлении на рынке новых товаров и услуг или их новых модификаций, о свойствах и утилитарных характеристиках товаров (услуг), о расположении точек продаж или мест предоставления услуг, о выгоде и специальных условиях, акциях, мероприятиях и т. д. Реклама помогает потенциальному покупателю принять лучшее решение о покупке, обеспечивая его информацией о товаре или услуге. Реклама воздействует на органы чувств, на эмоциональную сферу, на сознание и подсознание потребителя, используя логическую аргументацию, привлекательные образы и весь арсенал психологических и психолингвистических средств воздействия.

2. *Социально-ориентирующая.* Реклама помогает людям ориентироваться в различных сферах человеческой деятельности, транслирует востребованные обществом стандарты, образ жизни, образцы поведения и т. д.

3. *Эстетико-просветительская.* Рекламное творчество позволяет помещать продвигаемый объект в эстетически-привлекательную среду, тем самым прививая потребителю хороший вкус. Реклама просвещает потребителя, рассказывая понятно, четко и просто о новых технологиях, новых товарах и услугах.

4. *Экономико-стимулирующая.* Рекламе отведена одна из важнейших ролей в становлении и поддержке торговых марок, брендов. Реклама способствует здоровой конкуренции, расширению производства товаров и услуг и тем самым помогает повышать занятость в производственном секторе экономики различных стран. Реклама является одним из главных источников финансирования всех видов СМИ. Рекламная индустрия России представлена более 2 тыс. рекламных агентств, где работают более одного миллиона различных специалистов.

Существуют четыре универсальные функции, которые выполняет любая реклама:

1. Экономическая функция.
2. Социальная функция.
3. Маркетинговая функция.
4. Коммуникационная функция.

1. *Экономическая функция.* Реклама в своей основе – это, прежде всего, экономическое явление, которое оказывает значительное влияние на субъекты рынка и на участников экономических отношений, воздействуя как на производителей, так и на потребителей. Функция рекламы как экономического инструмента заключается в стимулировании рыночных отношений спроса и предложения, которое производится через предоставление потребителем аудиториям информационных моделей вынесенных на рынок предложений. Рекламная деятельность содействует регулированию спроса и предложения, помогая тем самым достичь гармонии продавцов и покупателей на рынке.

2. *Социальная функция.* Функция рекламы как социальной практики заключается в формировании и закреплении в сознании людей определенных потребительских моделей, ценностей и норм данного общества. Несмотря на то, что сфера рекламы признается достаточно узкой, она оказывает определенное влияние на характер общественных отношений. Реклама стала настолько очевидным явлением в общественной жизни, что фактически трансформировалась в особый социальный институт и получила отдельное комплексное регулирование в рамках гражданского права. Рекламная информация, обращенная к потребителям, помимо собственно рекламирования тех или иных товаров и услуг, воздействует

на массовое общественное сознание и общественные отношения в целом. Взгляд на рекламу как на социальное явление, оценка ее деятельности полностью зависят от конкретной страны с ее историческими и культурными традициями.

3. Маркетинговая функция. Функция рекламы как инструмента маркетинга заключается в формировании спроса на товары или услуги и стимулировании их сбыта. Рекламная деятельность в системе рыночных операций рассматривается как комплекс средств неценового стимулирования сбыта продукции и формирования спроса на нее. Маркетинг принято определять как деятельность, направленную на достижение гармонии продавцов и покупателей на рынке, которая становится посредством взаимовыгодных отношений обмена. Маркетинговая деятельность складывается из комплекса стратегического планирования и рыночных операций, которые преследуют в качестве конечной цели полное удовлетворение запросов потребителей в товарах или услугах. Маркетинг имеет место тогда, когда люди для удовлетворения своих потребностей используют обмен – акт получения от кого-либо желаемого объекта с предложением чего-либо взамен. Обмен – основное понятие маркетинга. Основной единицей измерения в системе маркетинга является сделка, которая представляет собой коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами – производителем товаров или услуг и их потребителем. Аудитория потребителей, на которых производитель товаров или услуг направляет свои маркетинговые усилия, образует целевой рынок. Основные элементы структуры маркетинга включают в себя продукт, цену, средства сбыта, а также продвижение, то есть средства коммуникации с потребителями. Маркетинговая коммуникация, в свою очередь, подразделяется на четыре коммуникационных инструмента: рекламу, стимулирование сбыта, связи с общественностью и персональные продажи. Таким образом, реклама является ключевым элементом продвижения товаров или услуг на рынок, а продвижение в свою очередь – элементом комплекса маркетинга. Без рекламы маркетинговые усилия в стремлении вызвать желаемую ответную реакцию со стороны целевого рынка не будут иметь логического завершения, а, следовательно, и желаемой эффективности. В практике маркетинга основная функция рекламы понимается как побуждение потребителей к покупке рекламируемых товаров или услуг, а использование рекламы определяется ее целями и задачами в зависимости от маркетинговых стратегий рекламодателя и конъюнктуры целевого рынка.

4. Коммуникационная функция. Функция рекламы как инструмента коммуникации заключается в информировании потребителей о товарах и услугах. Реклама представляет собой одну из специфических форм массовой коммуникации, то есть безличностного обмена информацией. Она выполняет соответствующую коммуникационную функцию, которую реализует посредством устоявшихся практик создания и трансляции целевым аудиториям маркетинговой информации – рекламных сообщений. При этом реклама не только информирует о товарах или услугах, но и одновременно трансформирует информацию в определенный образ, который становится в сознании потребителя связанным с фактическими сведениями о качествах рекламируемого объекта. Таким образом, реклама предоставляет потребителям информационные модели рекламируемых объектов, и связывает тем самым рекламодателей и потребительскую аудиторию на рынке. Сущность рекламной коммуникации заключается в том, что человек или организация, которых мы называем рекламодателем, передает свое сообщение аудитории, то есть потребителям, с помощью средств массовой информации. Рекламодатель обычно обозначается как отправитель, а его аудитория – как получатель сообщения. Связь между отправителем и получателем осуществляется с помощью процесса коммуникации. Сообщением в теории коммуникации называется информация, полученная адресатом. Следовательно, некоторая информация только

тогда становится рекламным сообщением, когда она преобразована в знаково-символическую форму, воспринимаемую аудиторией, и затем доведена до аудитории.

2. Особенности драматургии А.П. Чехова.

Театр Чехова – уникальное явление отечественной драматургии. Эта уникальность заключается в том, что чеховская пьеса, именуемая автором то драма («Три сестры»), то комедия («Чайка», «Вишневый сад»), то совершенно нейтрально – «сцены из деревенской жизни» («Дядя Ваня») – по существу своему является иронической трагикомедией.

Специфика жанра трагикомедии заключается в том, что в ней, во-первых, присутствует трагикомический эффект, когда одно и то же событие одновременно рассматривается и как трагическое, и как комическое. («Чайка»: сцены объяснения Аркадиной и Треплева после покушения Константина Гавриловича на собственную жизнь и диалог между Тригориным и Аркадиной, когда Борис Алексеевич просит Ирину Николаевну «отпустить» его; «Вишневый сад»: потеря имения и реакция на произошедшее основных действующих лиц). Трагикомический эффект – это не механическое соединение комического и трагического пафоса, а взаимно дополняющий друг друга процесс: трагическое и комическое тем самым обогащают интонационное поле пьесы оттенками, возникающими в результате этого слияния.

Во-вторых, в трагикомедии отсутствует сочувствие какому-то одному из героев. В ней нет четкого деления на персонажей положительных и отрицательных. Профессор Серебряков в «Дяде Ване» формально несимпатичен, но нельзя не испытывать сострадания к человеку, лишенному работы и постоянно озабоченному тем, что у его молодой жены могут быть ухажеры.

В-третьих, для трагикомедии характерен особый тип конфликта, который заключается не столько в том, что герои враждуют друг с другом, сколько в тех противоречиях, в которых существует каждый из персонажей чеховской пьесы. События в пьесах разворачиваются в переломный для каждого героя момент времени (трагикомическое мироощущение связано с относительностью существующих критериев жизни). Треплев в «Чайке» мечтает о театре новых форм, а когда, спустя пару лет, добивается успеха, говорит: «Дело не в старых и не в новых формах, а в том, что человек пишет, не думая ни о каких формах, пишет, потому что это свободно льется из его души». Трагикомическое мироощущение – результат определенного духовного кризиса.

В-четвертых, в трагикомедии конфликт носит неразрешимый характер – финалы такой пьесы всегда открыты. Смерть Треплева в чеховской «Чайке» не развязывает ни одного из «узлов» – «лото» оказывается сильнее смерти, напоминающей всего лишь хлопок пробки в стеклянке с эфиром. Иван Петрович Войницкий в финале пьесы «Дядя Ваня» говорит о том, что все будет идти по-прежнему. Это означает, что никаких изменений в жизни героев, загнанных в тесное пространство имения, не предвидится.

Трагикомическое содержание «Чайки» (и всех остальных пьес Чехова) окрашено в иронические тона, поскольку автор ощущает огромное противоречие между реальностью, в которой пребывают герои, и стремлением не обращать внимание на нее (так живут и Треплев, и Заречная, и Аркадина, и Маша) или стремлением с этой жизнью примириться (Тригорин, Дорн, Полина Андреевна, Медведенко, Сорин).

Чехов сталкивает в своих пьесах не столько идеальное («так надо жить») и реальное («так мы живем»), сколько реальное и иллюзию («нам кажется, что мы живем вот так»). Когда в «Чайке» Нина говорит Треплеву, что в пьесе должны быть живые лица, тот искренне возражает: «Живые лица! Надо изображать жизнь не

такую, как она есть, и не такую, как должна быть, а такую, как она представляется в мечтах». Формула эта бесперспективна, говорит Чехов. Он не верит в спасительность иллюзорного мира. Разлад героя с миром оборачивается не борьбой с этим миром, а самокопанием и утешением, что сделать ничего нельзя.

3. Вставьте пропущенные буквы в следующих словах:

Агентство, антрепренёр, барельеф, винегрет, вернисаж, дезертир, дезинфицировать, иммунитет, каламбур, элегия.

Вставьте пропущенные знаки препинания в следующем предложении:

Когда я прохожу мимо крестьянских лесов, которые я спас от порубки, или когда я слышу, как шумит молодой лес, посаженный моими руками, я сознаю, что климат немножко и в моей власти и что, если через тысячу лет человек будет счастлив, в этом немножко буду виноват и я.

Найдите в следующих газетных текстах речевые и стилистические ошибки, охарактеризуйте и исправьте их (примеры прилагаются).

- 1) ...одеть плащ. – Паронимия, надо: надеть плащ.
- 2) Проходя мимо заводского цеха, дым плотным облаком окутывал меня. – Неправильное построение предложения с деепричастным оборотом (нарушено правило односубъектности). Надо: Когда я проходил мимо заводского цеха, дым плотным облаком окутывал меня.

VI. Критерии оценки качества подготовки поступающего по дисциплине «Основы мкдиакommunikаций».

Максимальное количество баллов за ответ – 40.

- 1) глубокое, полное и верное усвоение абитуриентом теоретического материала по предлагаемым вопросам, изложенного в рекомендованной литературе (теоретические основы функционирования массмедиа в понимании ведущих ученых-специалистов, научно обоснованные технологии журналистской деятельности, значимые проблемы и тенденции развития журналистики на современном этапе);
 - 2) способность применить изученные теоретические положения к анализу практической деятельности массмедиа, демонстрируя тем самым знание ее актуального состояния (конкретные массмедиа, их характеристики, ведущие журналисты, примеры журналистских материалов);
 - 3) компетентность и аргументированность самостоятельных суждений абитуриента (критическое восприятие теоретических концепций деятельности массмедиа и ее практического состояния, понимание ее положительных и отрицательных сторон, убедительное обоснование выдвигаемых позиций);
 - 4) логическая последовательность изложения материала в процессе ответа;
 - 5) грамотное изложение материала на высоком уровне, высокая культура речи.
- 39-35 баллов выставляется в случае невыполнения одного из требований (№ 2-5), предъявляемых к 40 баллам.
- 34-30 баллов выставляется в случае невыполнения двух из требований (№ 2-5), предъявляемых к 40 баллам.
- 29-25 баллов выставляется в случае невыполнения трех требований (№2-5), предъявляемых к 40 баллам.
- 24-20 баллов выставляется в случае невыполнения четырех требований (№2-5), предъявляемых к оценке 40 баллов.
- 19 баллов и ниже выставляется в случае невыполнения четырех требований, предъявляемых к 40 баллам, включая первое требование.

Критерии оценки качества подготовки поступающего по дисциплине «История отечественной (русской) литературы».

30 баллов выставляется в случае выполнения пяти требований к ответу на вопрос экзаменационного билета:

- 1) правильность, полнота и глубина ответа (верное и глубокое изложение фактов истории отечественной литературы, закономерностей литературного процесса; опора при ответе на основы теории литературы; иллюстрация ответа конкретными примерами из прочитанных произведений);
- 2) логическая последовательность изложения материала в процессе ответа;
- 3) грамотное изложение материала на высоком уровне, высокая культура речи;
- 4) наличие полных и обоснованных выводов;
- 5) демонстрация собственной позиции (демонстрация убежденности, а не безразличия; демонстрация умения сравнивать, классифицировать, обобщать литературные явления).

29-25 баллов выставляется в случае невыполнения одного из требований (№2-5), предъявляемых к 30 баллам.

24-20 баллов выставляется в случае невыполнения двух из требований (№2-5), предъявляемых к 30 баллам.

19-15 баллов выставляется в случае невыполнения трех требований (№2-5), предъявляемых к 30 баллам.

14-10 баллов выставляется в случае невыполнения четырех требований (№2-5), предъявляемых к оценке 30 баллов.

9 баллов и ниже выставляется в случае невыполнения четырех требований, предъявляемых к 30 баллам, включая первое требование.

Критерии оценки качества подготовки поступающего по дисциплине «Современный русский язык»

Максимальное количество баллов за испытание по современному русскому языку – 30 баллов: 10 баллов за ответ к заданию 1 (орфография); 10 баллов за ответ к заданию 2 (пунктуация); 10 баллов за ответ к заданию 3 (практическая стилистика).

Задание 1 включает 10 слов (преимущественно иноязычного происхождения) с пропущенными буквами. Испытуемый должен правильно написать слова, вставив пропущенные буквы. За каждое неправильно написанное слово снимается 1 балл.

Задание 2 представляет собой сложное предложение с пропущенными знаками препинания. Испытуемый должен правильно расставить знаки препинания. За каждый недостающий знак снимается 1 балл.

Задание 3 состоит из двух небольших газетных текстов, в каждом из которых содержится речевая или стилистическая ошибка. Испытуемый должен найти, охарактеризовать и исправить эти ошибки. За каждую не исправленную погрешность снимается 5 баллов.

Минимальное количество баллов, которое позволяет оценить ответ по современному русскому языку как удовлетворительный, - 18 баллов (60 % от количества правильных вариантов ответов).