

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



УТВЕРЖДАЮ
Врио ректора
Е.Е. Чупандина
17.01.2025 г.

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

42.04.05 МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

Воронеж

2025

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 и заочная 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: индивидуальное собеседование по экзаменационным билетам (разделы *Основы медиакоммуникаций* и *История отечественной (русской) литературы*) и письменный экзамен (раздел *Стилистика и литературное редактирование*).

Вступительное испытание может осуществляться с применением дистанционных образовательных технологий в дистанционном режиме. Вступительные испытания с применением дистанционных технологий организуются ВГУ на портале «Электронный университет», расположенном по адресу edu.vsu.ru в соответствии с утвержденным «Порядком проведения вступительных испытаний с применением дистанционных технологий при приеме на обучение в Воронежский государственный университет».

Разделы

1. Основы медиакоммуникаций
2. История отечественной (русской) литературы
3. Стилистика и литературное редактирование

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

Раздел I

1. Наименование: Основы медиакоммуникаций.

2. Составители: канд. филол. н., доц. Давтян Ануш Арамовна

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 дисциплине *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

Вопросы по «Основам медиакоммуникаций»

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)
6. Реклама как вид деятельности и социальный институт
7. Функции рекламы

8. Разновидности рекламы
9. Аудитории рекламы
10. Рекламное сообщение
11. СО как вид деятельности и социальный институт
12. Функции СО
13. Основные виды СО-текстов
14. Целевые аудитории СО
15. 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. Тertyчный А.А. Жанры периодической печати / А.А. Тertyчный. – М. : Аспект Пресс, 2014. – 319 с.

Проверка знаний в рамках вступительного испытания по Разделу I осуществляется в виде индивидуального собеседования по вопросу экзаменационного билета. Собеседование проводится индивидуально с каждым абитуриентом. На экзамене предоставляется время для подготовки к ответу из расчета не более пятнадцати минут по каждому разделу. Отказ абитуриента отвечать по истечении установленного времени подготовки рассматривается как отсутствие ответа по вопросу Разделу I; в этом случае в качестве результата экзамена выставляется 0 (ноль) баллов. Индивидуальное

собеседование предполагает интерактивный диалог членов приемной комиссии с абитуриентом, в ходе которого задаются дополнительные и уточняющие вопросы, абитуриента просят обосновать свои суждения, подкрепить их примерами и т. п.

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.

Футуризм. 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 Раскольников 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.Мущенко, 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.

Проверка знаний в рамках вступительного испытания по Разделу II осуществляется в виде индивидуального собеседования по вопросу экзаменационного билета. Собеседование проводится индивидуально с каждым абитуриентом. На экзамене предоставляется время для подготовки к ответу из расчета не более пятнадцати минут по каждому разделу. Отказ абитуриента отвечать по истечении установленного времени подготовки рассматривается как отсутствие ответа по вопросу Разделу II; в этом случае в качестве результата экзамена выставляется 0 (ноль) баллов. Индивидуальное собеседование предполагает интерактивный диалог членов приемной комиссии с абитуриентом, в ходе которого задаются дополнительные и уточняющие вопросы, абитуриента просят обосновать свои суждения, подкрепить их примерами и т. п.

Раздел III

1. Наименование: Стилистика и литературное редактирование.

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 «Стилистика и литературное редактирование»

направлено на оценку степени грамотности поступающего. Экзаменационные практические задания по дисциплине «Стилистика и литературное редактирование» составлены с учетом содержания программ обучения по направлениям «Журналистика», «Реклама и связи с общественностью», «Телевидение», «Медиакоммуникации» на уровне бакалавриата. Испытание по «Стилистике и литературному редактированию» включает следующие задания:

- практическая стилистика;
- литературное редактирование.

5. Список рекомендуемой литературы

1. Голуб И. Б. Стилистика русского языка : Учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по специальности "Журналистика" / Ирина Голуб . – 3-е изд., испр. – М. : Айрис-пресс : Рольф, 2001 . – 441 с.
2. Розенталь Д. Э. Справочник по правописанию и литературной правке / Под. Ред. И. Б. Голуб. – 3-е изд., испр. – М.: Рольф, 2001. 368 с.
3. 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.
4. Хорошунова И. В. Литературное редактирование медиатекстов: теория и практика: учебное пособие / И.В. Хорошунова, А.М. Шишлянникова. – Воронеж: Кварта, 2020. - 192 с.
5. Ивин А. А. Логика для журналистов : учебник для академического бакалавриата / А. А. Ивин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 20189 — 200 с.
6. Стилистика и литературное редактирование. В 2 т. Т. 1 : учебник для академического бакалавриата / под ред. Л. Р. Дускаевой. — М. : Издательство Юрайт, 2016 — 325 с.
7. Стилистика и литературное редактирование. В 2 т. Т. 2 : учебник для академического бакалавриата / под ред. Л. Р. Дускаевой. — М. : Издательство Юрайт, 2016 — 308 с.
8. Стилистика и литературное редактирование : Учеб. для студентов вузов, обучающихся по гуманитар. специальностям / [В.И. Максимов и др.] ; Под ред. В.И. Максимова. - М. : Гардарики, 2004 . - 651 с.

Проверка знаний в рамках вступительного испытания по Разделу III осуществляется в виде письменного экзамена по вопросу экзаменационного билета. На экзамене предоставляется время для подготовки к ответу из расчета не более пятнадцати минут по каждому разделу. Отказ абитуриента предоставить письменный ответ по истечении установленного времени подготовки рассматривается как отсутствие ответа по вопросу Разделу III; в этом случае в качестве результата экзамена выставляется 0 (ноль) баллов.

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. Стилистика и литературное редактирование.

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
Найдите в следующих газетных текстах речевые и стилистические ошибки, охарактеризуйте и исправьте их:
- 1) *На улице было прохладно, и он одел свитер.*
 - 2) *Проходя мимо заводского цеха, дым плотным облаком окутывал меня.*
 - 3) *Посмотрите, какая впечатлительная хроника получается.*
 - 4) *Чаша нашего терпения в конце концов лопнула.*

Найдите в следующих текстах логические ошибки и охарактеризуйте их:

- 1) *Работники обувной фабрики должны уделять главное внимание качеству изделий. За минувший квартал фабрика выпустила в 1,5 раза больше пар обуви, чем в предыдущем.*
- 2) *Мед не любит, чтобы его переливали, доливали, перемешивали и сильно нагревали. От этого он теряет свои лечебные свойства, как и от добавления воды, сахара. Между тем такой мед поступает в продажу. Образуется он в результате скормливания сахарного сиропа пчелам.*

Председатель
экзаменационной комиссии _____ ФИО
подпись, расшифровка подписи

V. Вариант ответа на КИМ

1. Функции рекламы.

Ответ:

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 потребительским 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.

Ответ:

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. Поиск и характеристика ошибок разных типов в медиатекстах:

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

1) *На улице было прохладно, и он одел свитер* (речевая лексическая, смешение паронимов, надо: ...он надел свитер).

2) *Проходя мимо заводского цеха, дым плотным облаком окутывал меня* (речевая синтаксическая ошибка, неправильное построение предложения с деепричастным оборотом: нарушено правило односубъектности, надо: *Когда я проходил мимо заводского цеха, дым плотным облаком окутывал меня*).

3) *Посмотрите, какая впечатлительная хроника получается* (речевая лексическая: смешение паронимов, надо: *впечатляющая хроника*).

4) *Чаша нашего терпения в конце концов лопнула* (речевая лексическая ошибка, неправильное использование фразеологизма, надо: *Чаша нашего терпения переполнилась* или: *Наше терпение лопнуло*).

Найдите в следующих текстах логические ошибки и охарактеризуйте их:

1) *Работники обувной фабрики должны уделять главное внимание качеству изделий. За минувший квартал фабрика выпустила в 1,5 раза больше пар обуви, чем в предыдущем* – использование аргументов, не относящихся к данному тезису: увеличение количества выпускаемой продукции не говорит о том, что главное внимание уделяется качеству (нарушение закона достаточного основания).

2) *Мед не любит, чтобы его переливали, доливали, перемешивали и сильно нагревали. От этого он теряет свои лечебные свойства, как и от добавления воды, сахара. Между тем такой мед поступает в продажу. Образуется он в результате скармливания сахарного сиропа пчелам* – при помощи слов *такой* и *он* отождествляются две различные мысли, и в результате нарушается закон тождества, смешиваются нормативные требования хранения меда с правилами производства меда.

VI. Критерии оценки качества подготовки поступающего

Критерии оценки качества подготовки по дисциплине «Основы медиакоммуникаций»

Максимальное количество баллов за ответ – 40.

1. Глубокое, полное и верное усвоение абитуриентом теоретического материала по вопросам тематического плана Раздела I (соблюдение в полном объёме критерия №1 максимально оценивается в 10 баллов).

Абитуриент демонстрирует высокий уровень компетентности: его ответ показывает совокупность осознанных знаний об объекте, что проявляется в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи, логическую последовательность в изложении материала. Поступающий демонстрирует глубокие и прочные знания материала по вопросу, в полной мере владеет понятийным аппаратом теоретического материала Раздела I, ссылается на различные научные школы и цитирует учёных в сфере теории основ функционирования медиа, способен иллюстрировать ответ фактами, демонстрирует интерес к предмету, проявляющийся в демонстрации знаний, выходящих за пределы основной литературы.	10 баллов
Абитуриент показывает хороший уровень компетентности, знания теоретического материала, в достаточно полной степени владеет	8-9 баллов

терминологией, ссылается на высказывания и точки зрения известных учёных и специалистов в сфере теории медиакоммуникаций, цитирует их, приводит полный спектр существующих мнений и взглядов по данному вопросу, демонстрирует знания, выходящие за пределы основной литературы, но есть несущественные пробелы в знаниях.	
Абитуриент показывает неплохой уровень компетентности, знания теоретического материала, в достаточно полной степени владеет терминологией, ссылается на высказывания и точки зрения известных учёных и специалистов в сфере теории массмедиа, цитирует их, но приводит не полный спектр существующих мнений и взглядов по данному вопросу, допускает неточности в ответе.	6-7 баллов
Абитуриент показывает средний уровень компетентности, знания теоретического материала, недостаточно полно владеет терминологией. Ссылается на высказывания и точки зрения известных учёных и специалистов в сфере теории массмедиа, цитирует их, но не приводит полный спектр существующих мнений и взглядов по данному вопросу, а демонстрирует только одно расхожее мнение, допускает ошибки в ответе.	4-5 баллов
Абитуриент крайне слабо владеет теоретическим материалом, слабо владеет терминологией, не ссылается на высказывания и точки зрения известных учёных и специалистов в сфере теории массмедиа, не владеет спектром существующих мнений и взглядов по данному вопросу, допускает грубые ошибки в знании теоретического материала.	1-3 балла
Абитуриент не владеет теоретическим материалом и терминологией. Абитуриент не дает ответа, или ответ не соответствует теме вопроса, или ответ является полностью неверным	0 баллов

2. Аргументированность и доказательность самостоятельных суждений абитуриента, способность привести примеры из современной практики деятельности массмедиа (соблюдение в полном объёме критерия №2 максимально оценивается в 10 баллов).

Абитуриент демонстрирует способность применить теоретические положения в анализе практической деятельности, демонстрирует знание её актуального состояния, аргументированность и доказательность суждений, критическое восприятие теоретических концепций деятельности в сфере массмедиа и её практического осмысления, понимание её положительных и отрицательных сторон, убедительное обоснование выдвигаемых позиций, приводит убедительные примеры из современной практики деятельности массмедиа, коррелирующие с вопросом билета, глубоко и полно анализирует практическую деятельность СМИ, рекламных и СО-структур разных типов	10 баллов
Абитуриент демонстрирует способность применить теоретические положения в анализе практической деятельности, демонстрирует	8-9 баллов

знание её актуального состояния, аргументированность и доказательность суждений, критическое восприятие теоретических концепций деятельности в сфере массмедиа и её практического осмысления, понимание её положительных и отрицательных сторон, убедительное обоснование выдвигаемых позиций, приводит убедительные примеры из современной практики массмедиа, коррелирующие с вопросом билета, глубоко и полно анализирует практическую деятельность СМИ, рекламных и СО-структур разных типов, но допускает неточности в анализе	
Абитуриент демонстрирует способность применить изученные теоретические положения в анализе практической деятельности, демонстрирует знание её актуального состояния, аргументированность и доказательность суждений, критическое восприятие теоретических концепций деятельности в сфере массмедиа и её практического осмысления, понимание её положительных и отрицательных сторон, обоснование выдвигаемых позиций, приводит примеры из современной практики журналистики, коррелирующие с вопросом билета, анализирует практическую деятельность СМИ, рекламных и СО-структур разных типов, но допускает ошибки в анализе	6-7 баллов
Абитуриент демонстрирует способность применить изученные теоретические положения в анализе практической деятельности, демонстрирует знание её актуального состояния, аргументированность и доказательность суждений, критическое восприятие теоретических концепций деятельности в сфере массмедиа и её практического осмысления, понимание её положительных и отрицательных сторон, обоснование выдвигаемых позиций, приводит примеры из современной практики журналистики, коррелирующие с вопросом билета, анализирует практическую деятельность различных СМИ, рекламных и СО-структур разных типов, но допускает грубые ошибки в анализе	4-5 баллов
Абитуриент способен привести пример(ы) из современной практики журналистики, коррелирующие с вопросом билета, но не даёт анализа практической деятельности различных СМИ, рекламных и СО-структур разных типов	1-3 балла
Абитуриент не способен привести ни одного примера из современной практики деятельности массмедиа, не в состоянии применить изученные теоретические положения в анализе практической деятельности конкретных медиа, продемонстрировать знание актуального состояния медиа и не даёт анализа их практической деятельности	0 баллов

3. Соблюдение литературных норм, высокая культура речи абитуриента, композиционная стройность изложения материала в процессе ответа (соблюдение в полном объёме критерия №3 максимально оценивается в 10 баллов).

Устный ответ абитуриента полностью соответствует нормам современного русского литературного языка. Абитуриент демонстрирует высокую культуру речи, богатый тезаурус. Ответ	10 баллов
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

характеризуется аргументированностью, логичностью и композиционной стройностью.	
Устный ответ абитуриента полностью соответствует нормам современного русского литературного языка. Абитуриент демонстрирует высокую культуру речи, богатый тезаурус и композиционную стройность изложения материала в процессе ответа, но встречаются негрубые речевые ошибки или незначительные стилистические погрешности в изложении материала (не более двух негрубых ошибок).	8-9 баллов
В устном ответе абитуриента есть отклонения от норм современного русского литературного языка. В ответе поступающий допускает не более двух речевых или стилистических ошибок. Абитуриент демонстрирует недостаточно высокую культуру речи, недостаточно богатый тезаурус. Логика и последовательность ответа имеют отдельные нарушения	6-7 баллов
Устный ответ абитуриента не полностью соответствует нормам современного русского литературного языка. В ответе поступающий допускает не более четырех речевых или стилистических ошибок. Абитуриент демонстрирует недостаточно высокую культуру речи, бедный тезаурус. Композиционная стройность и структурированность ответа имеют нарушения.	4-5 баллов
Устный ответ абитуриента не соответствует нормам современного русского литературного языка. В ответе поступающий допускает более пяти речевых или стилистических ошибок. Абитуриент демонстрирует низкую культуру речи, бедный тезаурус. Композиционная стройность и структурированность ответа серьезно нарушены.	1-3 балла
Нелогичность, фрагментарность изложения материала. Низкая культура речи. В ответе поступающий допускает более шести речевых или стилистических ошибок.	0 баллов

4. Способность абитуриента верно, полно и аргументированно ответить на дополнительные вопросы в рамках тематического плана Раздела I (выполнение в полном объеме требования №4 максимально оценивается в 10 баллов (абитуриенту задается 2 дополнительных вопроса, за верный и полный ответ на каждый из них максимально начисляется по 5 баллов, что в сумме дает 10 баллов).

Каждый из двух дополнительных вопросов оценивается следующим образом:

Абитуриент дает полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, демонстрирует глубокие и прочные знания материала по заданному вопросу, исчерпывающе, последовательно его излагает.	5 баллов
Абитуриент дает полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, твердо знает материал по заданному вопросу, но допускает неточности в ответе.	4 балла
Абитуриент дает достаточно полный ответ, хорошо владеет материалом, но допускает неточности, испытывает затруднения с формулировкой определений.	3 балла
Абитуриент дает недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ, допускает ошибки в раскрытии понятий и терминов.	2 балла

Абитуриент дает неполный ответ, представляющий собой фрагментарные, поверхностные, разрозненные представления по теме вопроса с существенными ошибками в определениях.	1 балл
Абитуриент не дает ответа, или ответ не соответствует теме вопроса, или ответ является полностью неверным. Абитуриент обнаруживает полное незнание материала и/или непонимание задаваемых вопросов.	0 баллов

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

Максимальное количество баллов за ответ – 30.

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 (соблюдение в полном объеме критерия №1 максимально оценивается в 10 баллов).

Абитуриент демонстрирует высокий уровень компетентности: соответствие ответа формулировке экзаменационного вопроса, содержательность, глубина и полнота ответа, достоверность излагаемого материала, хорошее знание текста художественного произведения, высокий интеллектуально-культурный и научно-теоретический уровень ответа, умение воспринимать художественное произведение как факт искусства слова, знание и понимание основных закономерностей и проблем развития литературы, умение анализировать содержание и форму художественных произведений.	10 баллов
Абитуриент показывает хороший уровень компетентности, знания теоретического материала и текста художественного произведения, способен иллюстрировать ответ примерами, но есть несущественные пробелы в знаниях	8-6 баллов
Абитуриент не полностью владеет теоретическим материалом, неточен в подборе и квалификации примеров	5-2 балла
Абитуриент не владеет терминологией, не ориентируется в теоретическом материале, не умеет приводить и квалифицировать примеры	0 баллов

2. Логическая последовательность изложения материала в процессе ответа (соблюдение в полном объеме критерия №2 максимально оценивается в 5 баллов).

Аргументированность, логичность и композиционная стройность ответа	5 баллов
Логика и последовательность изложения имеют отдельные нарушения	4-2 балла
Логика и последовательность изложения серьезно нарушены	1 балл
Нелогичность, фрагментарность изложения материала	0 баллов

3. Соблюдение литературных норм, высокая культура речи абитуриента (выполнение в полном объеме требования №3 максимально оценивается в 5 баллов).

Устный ответ абитуриента полностью соответствует нормам современного русского литературного языка. Абитуриент демонстрирует грамотную, точную и выразительную речь.	5 баллов
За каждую речевую/стилистическую ошибку, допущенную абитуриентом, снимается один балл по критерию №3	

4. Способность абитуриента верно, полно и аргументированно ответить на дополнительные вопросы в рамках тематического плана Раздела II (выполнение в полном объеме требования №4 максимально оценивается в 10 баллов (абитуриенту задается 2 дополнительных вопроса, за верный и полный ответ на каждый из них максимально начисляется по 5 баллов, что в сумме дает 10 баллов).

Каждый из двух дополнительных вопросов оценивается следующим образом:

Абитуриент дает полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, демонстрирует глубокие и прочные знания материала по заданному вопросу, исчерпывающе, последовательно его излагает	5 баллов
Абитуриент дает полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, твердо знает материал по заданному вопросу, но допускает неточности в ответе	4 балла
Абитуриент дает достаточно полный ответ, хорошо владеет материалом, но допускает неточности, испытывает затруднения с формулировкой определений	3 балла
Абитуриент дает недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ, допускает ошибки в раскрытии понятий и терминов	2 балла
Абитуриент дает неполный ответ, представляющий собой фрагментарные, поверхностные, разрозненные представления по теме вопроса с существенными ошибками в определениях	1 балл
Абитуриент не дает ответа, или ответ не соответствует теме вопроса, или ответ является полностью неверным. Абитуриент обнаруживает полное незнание материала и/или непонимание задаваемых вопросов.	0 баллов

Критерии оценки качества подготовки поступающего по дисциплине «Стилистика и литературное редактирование»

Максимальное количество баллов за испытание по стилистике и литературному редактированию – 30 баллов: 20 баллов за ответ к заданию 1 (Практическая стилистика); 10 баллов за ответ к заданию 2 (Литературное редактирование).

Задание 1 состоит из четырех небольших газетных текстов, в каждом из которых содержится речевая или стилистическая ошибка. Каждый из четырех примеров оценивается в 5 баллов: испытуемый должен найти (1 балл), охарактеризовать (2 балла) и исправить (2 балла) эти ошибки.

Задание 2 состоит из двух небольших газетных текстов, в каждом из которых содержится логическая ошибка. Испытуемый должен найти, охарактеризовать и исправить эти ошибки. Каждый из двух примеров оценивается в 5 баллов: испытуемый должен найти (1 балл), охарактеризовать (2 балла) и исправить (2 балла) эти ошибки