

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

УТВЕРЖДАЮ  
Ректор  
Д.А. Ендовицкий  
01.06.2018



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](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. Свообразие 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.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 потребителю 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).