

# КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

ЗАТВЕРДЖЕНО

Приймальною комісією

Протокол № 5 від 21.03.2022 року

Голова Приймальної комісії

\_\_\_\_\_ Віктор ОГНЕВ'ЮК

## ПРОГРАМА фахового випробування з журналістики

**Рівень вищої освіти:** другий (магістерський)

**Спеціальність:** 061 Журналістика

**Освітні програми:** 061.00.01 Журналістика  
061.00.02 Реклама та зв'язки з громадськістю  
061.00.03 Видавничча справа та редагування  
061.00.04 Медіа-комунікації  
061.00.06 Контент-продюсування цифрових  
медіапроектів

**На основі:** освітнього ступеня бакалавр, магістр, освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст

ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи

\_\_\_\_\_ Олексій ЖИЛЬЦОВ

РОЗГЛЯНУТО І ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедр:

Реклами та зв'язків з громадськістю

Видавниччої справи

Журналістики та нових медіа

Київ 2022

## **ПРОГРАМА фахового випробовування**

Фахове випробовування – обов’язкова умова професійного відбору вступників за спеціальністю 061 «Журналістика», освітніх програм: 061.00.01 «Журналістика», 061.00.02 «Реклама та зв’язки з громадськістю», 061.00.03 «Видавнича справа та редагування», 061.00.04 «Медіа-комунікації», 061.00.06 «Контент-продюсування цифрових медіапроектів».

*Мета фахового випробування:* виявлення знань, вмінь, компетентностей, якими володіє бакалавр для вступу за спеціальністю 061 «Журналістика», освітніми програмами: 061.00.01 «Журналістика», 061.00.02 «Реклама та зв’язки з громадськістю», 061.00.03 «Видавнича справа та редагування», 061.00.04 «Медіа-комунікації», 061.00.06 «Контент-продюсування цифрових медіапроектів» рівня вищої освіти другого (магістерського).

*Завдання фахового випробування:* перевірка знань за основними дисциплінами освітньої програми 061 «Журналістика» (освітні програми «Журналістика», «Реклама та зв’язки з громадськістю», «Видавнича справа та редагування») рівня вищої освіти першого (бакалаврського), зокрема, розуміння понять та категорій журналістики в їх історичному розвитку та сучасному значенні; етапів розвитку вітчизняної та світової журналістики та її найвідоміших представників; структури сучасного ринку засобів масової інформації; коло професійних обов’язків журналістів; специфіки підготовки журналістських матеріалів для різних типів ЗМІ; принципів журналістської діяльності; норм професійної етики та професійні стандарти журналістики.

Формат проведення фахового випробування: іспит проводиться у письмовій формі у вигляді комп’ютерного тесту на базі сучасного програмного забезпечення у системі MOODLE.

Для виконання тестових завдань вступник має володіти основними навичками роботи з комп’ютером та розуміти технічні особливості виконання тестів різних типів: альтернативні відповіді (типу правильно/неправильно), множинний вибір (завдання на вибір однієї або кількох правильних відповідей), вибір з найменшої кількості варіантів відповідей, питання на встановлення відповідності.

Фахове випробування до магістратури має виявити у вступників рівень теоретичних знань та практичних навичок в сфері соціальних комунікацій, теорії та практики діяльності журналіста.

## **ВИМОГИ ДО ЗНАНЬ, УМІНЬ І НАВИЧОК У СФЕРІ ЖУРНАЛІСТИКИ**

### Вимоги до професійного відбору

Вступники за спеціальністю 061 «Журналістика» повинні володіти такими програмними компетентностями та результатами навчання відповідно до професійних стандартів:

- знаннями та розумінням предметної області, розуміння професійної діяльності;
- мати навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;
- виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел;
- створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення;
- мати здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями, володіти навичками використання інформаційних і комунікаційних технологій;
- застосовувати знання з галузі соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності;
- відтворювати інформаційні та комунікаційні технології;
- використовувати знання зі специфіки створення і функціонування ЗМІ, стандарти професійної діяльності;
- застосовувати алгоритм редакційної підготовки видавничого продукту (друкованого, теле- та радіопродукту);
- знати і розуміти основні поліграфічні процеси і вимоги до поліграфічного виконання видання;
- мати здатність формувати інформаційний контент, володіти професійними технологіями, знаннями SMM-менеджменту;
- володіти практичними засадами копірайтингу, умінням виробляти рекламні та PR-продукти (тексти, візуальні образи, публічні виступи), моделювати рекламні та PR-повідомлення відповідно до концепцій комунікаційних кампаній;
- використовувати IT-технологій та SMM-менеджмент у професійній діяльності.

Фахове випробування проводиться за основними дисциплінами освітньої програми 061 «Журналістика» (освітні програми «Журналістика», «Реклама та зв'язки з громадськістю», «Видавнича справа та редагування») рівня вищої освіти першого (бакалаврського): «Масова комунікація та інформація», «Медіаправо та медіаполітика», «Проблематика ЗМІ та види журналістики», «Професійні стандарти та безпека діяльності», «Основи реклами і PR», «Основи видавничої справи і редагування».

**Виконання тестового завдання** з журналістики полягає у виборі правильних відповідей із кількох запропонованих варіантів. Завдання вважається виконаним, якщо абітурієнт обрав правильний варіант відповіді.

Спеціальна обчислювальна програма автоматично **підсумовує бали** за виконання усіх тестових завдань, встановлює відповідність балів за шкалою оцінювання та фіксує результат у протоколі. Максимально можна набрати **200 балів**.

На виконання 50 тестових завдань відводиться 60 хвилин. У випадку, якщо вичерпано час на виконання тестових завдань, система автоматично закриває програму, зберігає наявні відповіді, підсумовує результат виконання тесту вступником та фіксує у протоколі результат за встановлений часовий ліміт.

## **МАСОВА КОМУНІКАЦІЯ ТА ІНФОРМАЦІЯ**

Визначення понять «інформація», «комунікація», «масова комунікація». Соціальна комунікація як умова і характеристика існування соціуму. Масова інформація як об'єкт міждисциплінарного вивчення (гуманітарних, точних, природничих наук). Методи дослідження масової інформації та масової комунікації.

Моделі комунікації. Соціальні аспекти комунікації. Багатофакторність комунікації. Цільові параметри соціальної комунікації. Суб'єкти комунікації. Поняття комуніката і комуніканта. Сутність соціальної комунікації. Умови ефективної комунікації.

Проблеми нових медіа: інформаційна перевантаженість, недостовірність, авторське право, питання медіаетики та інше. Нові медіа як засіб керування суспільством. Захист особистих даних. Безпека індивіда та суспільства. Фейк. Інформаційні війни. Інформація як зброя сучасності. Мережеві війни. Нові медіа як інструмент інформаційних воєн.

Актуальні проблеми соціальної комунікації в сучасній Україні. Національні інновації та ініціативи. Інтеграція України у світовий та європейських інформаційних простір. Побудова в Україні *інформаційного суспільства*. Соціальні комунікації як фактор трансформації та модернізації України. Їхня роль у націотворенні та державотворенні. Соціальні комунікації як збудувач протестних акцій в Україні. Особливості розвитку транзитивного суспільства. Процес роздержавлення українських ЗМІ в контексті стратегій розвитку соціальних комунікацій. Поняття про громадські ЗМК та ЗМІ. Причини та умови формування громадського мовлення в національному інформаційному просторі. Динаміка функцій соціальної комунікації як результат демократичних перетворень системи ЗМК. Перспективи розбудови соціо-комунікаційних процесів в Україні.

## **МЕДІАПРАВО ТА МЕДІА ПОЛІТИКА**

Основні принципи державної політики інформаційної безпеки. Джерела інформаційних загроз безпеці держави. Інформаційна уразливість держави. Проблема початку інформаційної війни. Типова стратегія інформаційної війни. Наслідки інформаційної війни.

Правове регулювання загальних питань інформації. Взаємозв'язки суспільства і соціальної інформації на сучасному етапі. Структура інформаційної діяльності. Регламентація загальних питань інформації у вітчизняному законодавстві. Конституція і верховенство права в державі. Пряма дія Конституції. Конституція – Основний Закон держави, головний юридичний інструмент регулювання суспільних відносин.

## **ПРОФЕСІЙНІ СТАНДАРТИ ТА БЕЗПЕКА ДІЯЛЬНОСТІ**

Засадничі принципи журналістської професії. Стандарти новинної журналістики. Виконання ЗМІ функції інформування, аналізу, громадської критики та контролю. Правдивість і точність. Редакційна чесність і незалежність. Справедливість. Недоторканність приватного життя. Загальна характеристика стандартів новинної журналістики.

Висвітлення інформації про вразливі групи населення. Поняття про мову ворожнечі. Словник коректної лексики. Джинса: політична, іміджева, комерційна. Типові й нетипові ознаки джинси. Інтереси дітей і підлітків та редакційні вимоги. Перевірка інформації, отриманої від дітей. Поняття про гендерний баланс у медіа.

Висвітлення збройних конфліктів. Дотримання професійних стандартів та етичних норм при висвітленні збройних конфліктів і бойових дій.

## **ПРОБЛЕМАТИКА ЗМІ ТА ВИДИ ЖУРНАЛІСТИКИ**

Якість та проблематичність матеріалів ЗМІ. Поняття «якість» та «об'єктивність» у галузі медіа. Критерії визначення якості. Особливості процесів боротьби за якість медіа в Україні і за кордоном. Розвиток медіа в умовах ринкової економіки. Поняття «проблематика» медіа. Підходи до дослідження медіа-матеріалів на проблематичність.

Проблематика регіональних ЗМІ. Особливості становлення та функціонування зарубіжних регіональних медіа. Розвиток регіональних медіа в Україні (регіональні, муніципальні, приватні). Особливості висвітлення загальнонаціональних питань у регіональних ЗМІ. Тематика регіональних ЗМІ. Роль нових медіа в розвитку регіонального інформаційного простору України.

Пресова журналістика. Типологія газетно-журнальних видань. Вертикальна та горизонтальна інформаційна ніша. Демографічні та соціальні характеристики аудиторії, що визначають тип видання.

Структури редакції та способи її розміщення. Головний редактор та його функції. Заступник головного редактора. Відповідальний секретар. Оглядачі, кореспонденти, репортери. Спеціалізація та універсальність. Власні та спеціальні кореспонденти. Позаштатні кореспонденти / фрілансери. Фотокори, більдредактори. Редактори, коректори. Верстальники. Контент-продюсери. Фахівці поза межами редакції.

Радіожурналістика. Правила роботи з мікрофоном, диктофоном, програмами автоматизації радіоефіру. Створення концепції авторської програми: назва, хронометраж, періодичність, цільова аудиторія, жанр, форма проведення. Робота над іміджем ведучого авторської програми. Визначення структури проекту авторської програми.

Тележурналістика. Телебачення як соціальне явище. Економічні, соціальні та науково-технічні чинники розвитку телебачення. Основні функції телебачення в суспільстві. Місце ТБ в системі масових комунікацій. Унікальні та типові особливості тележурналістики. Особливості телевиробництва. Особистість і команда. Система телевізійних професій як відображення інтеграційного розвитку телемовлення. Методи формування творчих команд. Тематично-жанрова структура телеефіру.

Інтернет-журналістика. Визначення та особливості Інтернет-журналістики. Веб-технології журналістики. Властивості веб-публікацій: інтерактивність, персональний підхід, інфоцентричність, миттєвість, вимірність, гнучкість, взаємопов'язуваність, економічність.

Особливості сприйняття інформації в Інтернеті. Гіпертекст в інтернет-журналістиці. Поняття про гіпертекст в онлайн-матеріалах, основні види та правила роботи з гіперпосиланнями. Робота над композицією текстів для інтернет-видань; особливості побудови текстів для онлайн-журналістики. Робота із заголовками. Особливості існування класичних новинних жанрів журналістики: замітки, репортажу та інтерв'ю в мережевих виданнях. Трансформація аналітичних жанрів: кореспонденції, статті, огляду, коментаря, рецензії до потреб інтернет-аудиторії. Типи структур сайтів: пласка структура (зіркова чи повнозв'язкова), лінійна структура (послідовна), деревовидна структура, комбінована структура. Явище SMM. Специфіка та механізми просування журналістського продукту у мережі за допомогою SMM-менеджменту. Механізми побудови доброзичливих стосунків з читачем.

## **ОСНОВИ РЕКЛАМИ І PR**

Організація рекламної та PR-діяльності в сучасному світі. Діяльність спеціаліста з реклами та PR в сучасній компанії; основні функції реклами і зв'язків з громадськістю для рекламної агенції, рекламодавця. Рекламодавці, їх класифікація. Рекламні агентства та рекламні служби підприємств.

Інфраструктура рекламної та PR галузі в Україні. Інформаційне забезпечення в рекламі та PR. Система підготовки професійних кадрів для вітчизняного рекламного та PR бізнесу. Роль і значення реклами та PR в сучасному українському суспільстві. Рейтинги PR та рекламних агенцій за визначеними критеріями (креатив, рівень доходу, кількість клієнтів, розмір бюджетів).

Власна служба реклами та PR в організації: характеристика, особливості створення. Місце служб реклами та PR у корпоративній структурі. Переваги та недоліки співпраці із автономними агентствами в рекламній та PR-сфері.

Планування рекламних та PR-заходів. Цілі рекламної та PR-кампанії. План, функції, види рекламної та PR-кампанії. Визначення понять: медіапланування, медіаканал, медіаносій.

Загальні відомості про рекламний та PR бюджет. Основні статті бюджету (структура бюджету). Формування рекламного бюджету.

Івенти в рекламі та PR: поняття, характерні риси, типологія. Інформаційні приводи для рекламних та PR-заходів.

Пресконференція: специфіка проведення, типові помилки організації. Процедура відповідей на запитання журналістів. Особливості брифінгу, «круглого столу».

Маркетингові комунікації в рекламі та PR: сутність, цілі, завдання. Модель сучасних маркетингових комунікацій. Прямий маркетинг. Характеристика учасників маркетингових комунікацій. Основні класифікації засобів СМК.

Реклами і PR у різних сферах: економічній, політичній, соціальній, державному управлінні. Прес-секретарство як інструмент комунікації. Кризова комунікація як інструмент кризового менеджменту: сутність, фактори успішності, найбільш типові помилки. Практика кризового реагування.

## **ОСНОВИ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ І РЕДАГУВАННЯ**

Тенденції розвитку видавничої справи на сучасному етапі. Видавництво, його створення і реєстрація. Видавнича продукція та критерії поділу її на види. Види видавничої продукції. Книга як основний предмет видавничої діяльності. Службова частина видання. Основні розмірні та кількісні параметри видань. Національні та міжнародні видавничі стандарти і правила їх застосування. Стосунки редактора-видавця і поліграфічного підприємства. Економічний мінімум для редактора, видавця і журналіста. Стосунки редактора-видавця і реалізаторів друкованої продукції.

Сутність редагування. Мета й завдання редагування. Види редагування. Історія розвитку редагування в Україні. Специфіка роботи редактора в контексті редакційно-видавничого процесу. Етапи редагування. Редакторська правка. Предмет, механізм і структура редакторського аналізу. Критерії редакторської оцінки авторського оригіналу: тематичний, змістовий та предметно-інформаційний. Критерії редакторської оцінки авторського оригіналу: структурно-композиційний, логічний, мовно-стилістичний і редакційно-технічний. Особливості роботи редактора над підготовкою різних видів видань.

Поняття та особливості видавничої справи в системі правового регулювання держави. Особливості організації і здійснення видавничої справи. Державна політика у видавничій справі. Інституції, які реалізують державну політику у видавничій справі та сфері інтелектуальної власності.

Права та обов'язки суб'єктів видавничої справи. Договір у видавничій справі. Структура та зміст типового видавничого договору. Видавець і авторське право.

## **ЗРАЗКИ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО ТЕСТОВОГО ЗАВДАННЯ**

### ***Вибір однієї правильної відповіді***

1. До інформаційних жанрів журналістики традиційно належать:
- а) звіт, стаття, репортаж, інтерв'ю, есе;
  - б) інтерв'ю, звіт, замітка, репортаж;
  - в) інтерв'ю, репортаж, замітка, огляд;
  - г) нарис, репортаж, есе, кореспонденція.

### ***Множинний вибір (завдання на вибір кількох правильних відповідей)***

Оберіть головні властивості телебачення

- а) діалогічність;
- б) всеосяжність (як і радіо);
- с) репортажність (присутність) та онлайн;
- д) оперативність;
- е) проста технологія створення контенту.

### ***Установити відповідність:***

- |                                 |             |
|---------------------------------|-------------|
| а. інформаційні жанри           | а. Репортаж |
| б. аналітичні жанри             | б. Рейтинг  |
| с. художньо-публіцистичні жанри | с. Пародія  |



## КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ВСТУПНИКІВ

Кількість балів (max - 200)	Критерії
180 – 200	Виставляється за глибокі знання навчального матеріалу, що міститься в основних і додаткових рекомендованих джерелах; вміння аналізувати явища, які вивчаються, у їхньому взаємозв'язку і розвитку, чітко і лаконічно; логічно і послідовно відповідати на тестові завдання; вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання тестових завдань.
160 – 179	Виставляється за ґрунтовні знання навчального матеріалу, аргументовані відповіді на поставлені тестові завдання; вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язування тестових завдань.
140 – 159	Виставляється за міцні знання навчального матеріалу, аргументовані відповіді на поставлені запитання, які, однак, містять певні неточності; вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання тестових завдань.
120 – 139	Виставляється за посередні знання навчального матеріалу, не всі правильні відповіді, слабе застосування теоретичних положень при розв'язанні тестових завдань.
100 – 119	Виставляється за слабкі знання навчального матеріалу, неточні відповіді, за слабе застосування теоретичних положень при розв'язанні тестових завдань.
1 – 99	Виставляється за незнання значної частини навчального матеріалу, істотні помилки у відповідях на тестові завдання.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### *Законодавчі і нормативно-правові документи*

1. Інформація та документація. Базові поняття. Терміни та визначення : ДСТУ 2392-94. Вид. офіц. – Чинний від 1995–01–01. Київ : Держстандарт України, 1994. 53 с. (Національний стандарт України).
2. Закон України «Про авторське право і суміжні права» [Електронний ресурс] : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3792-12>
3. Закон України «Про видавничу справу» [Електронний ресурс] : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/318/97-%D0%B2%D1%80>
4. Закон України «Про інформацію» [Електронний ресурс] : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>
5. Конституція України [Електронний ресурс] : прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28.06.1996 р. : Закон України № 254к/96-ВР. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>

### **Основна**

1. Вежель, Л. М. Основи зв'язків із громадськістю : навч. посіб. МОН України, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. 123с.
2. Голуб О. Медіакомпас: путівник журналіста. Практичний посібник. – К. : ТОВ «СОФІЯ-А», 2016. – 184 с.
3. Засоби масової інформації: професійні стандарти, етика та законодавчі норми [Текст] / Ред.: Т. Петрів, А. Сафаров, В. Сюмар та ін. – К. : Нічлава, 2006. – 100 с.
4. Земляна І. Журналіст і (не) безпека / Посібник для журналістів, які працюють в небезпечних умовах. – К., 2016.
5. Карпенко В. Журналістика: основи професійної комунікації / Віталій Карпенко. – К. : Нора-прінт, 2002. – 348 с.
6. Михайлин І.Л. Основи журналістики: підручник [для студ. вищ. навч. закл.] – 5-те вид., переробл. та доп. – К. : Центр учбової л-ри, 2011. – 494 с.
7. Москаленко А. З. Теорія журналістики : Навчальний посібник / А. З. Москаленко. – К. : Експрес-об'ява, 1998. – 334 с.
8. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов; Київ. ун-т ім. Т.Шевченка. – 2-ге вид., доп. – К., 1999. – 307 с.
9. Різун В. Основи журналістики у відповідях та заувагах. – К., 2004.
10. Різун В. Теорія масової комунікації. – К. : ВПЦ Київський університет, 2008. – 180 с.
11. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця : практичний посібник. 2-ге вид., стереотипне. К. : Наша культура і наука, 2006. 560 с.
12. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / Вольф Шнайдер, Пауль-Йозеф Рауе. – К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2014. – 358 с.

### Додаткова

1. Абетка соціальних комунікацій : довідник / укл. Г. В. Горбенко; за наук. ред. Л. Г. Масімової. Київ : Жнець, 2014. 152 с.
2. Білан Н. І., Нетреба М. М. Організація роботи прес-служб : навч. посіб. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2015. 304 с.
3. Вайшенберг З. Новинна журналістика. – К. : Академія Української Преси; Центр вільної преси, 2004.
4. Етичні засади роботи журналіста: західний досвід / Збірка навчальних матеріалів. – К., 2002.
5. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: Навчальний посібник / Валерій Іванов ; За науковою редакцією В. В. Різуна — К. : Центр Вільної Преси, 2010. – 258 с.
6. Куляс І.П. Ефективне виробництво теленовін / Посібник для студентів. – Київ : ХББ, 2006. – 120 с.
7. Курбан О.В. Нейромаркетинг: реклама, PR, digital-marketing, брендинг. Київ: «Білий тигр», 2019. 148 с.
8. Ла Рош В. фон. Вступ до практичної журналістики. – К. : Академія Української Преси, 2005.
9. Медіаосвіта та медіаграмотність / Упор. В.Ф.Іванов, О.В. Волошенюк. – К., 2002. – 352 с.
10. Приступенко Т. Теорія журналістики: Етичні та правові засади діяльності ЗМІ : навчальний посібник / Тетяна Приступенко. – К. : Інститут журналістики, 2004. – 375 с.
11. Різун В. Журналістська освіта в Україні // Українське журналістикознавство. / В. В. Різун. – К. : Інститут журналістики, 2001. – Вип. 2. – С. 43–48.
12. Шпак В. Поліграфія: книга редактора : навч. посіб. К.: ДП «Експрес-об'ява», 2017. 336 с.
13. Шкляр В.І. Мас-медіа і виклики нового століття. – К. : Грамота, 2003. – 48 с.