

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ПРОФСОЮЗОВ»



УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор  
Л.А. Пасешникова

« 03 » февраля 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДЛЯ ПОДГОТОВКИ  
К ВСТУПИТЕЛЬНЫМ ИСПЫТАНИЯМ  
для лиц, поступающих на базе профильного СПО


по направлению подготовки  
**42.03.02 «Журналистика»**


Квалификация: **Бакалавр**

Форма обучения - заочная

Санкт-Петербург  
2020

Составители:

Профессор кафедры журналистики Сошников В.Д. (  )  
ФИО, должность, ученая степень, ученое звание, подпись

Доцент кафедры журналистики Донсков Н.А. (  )  
ФИО, должность, ученая степень, ученое звание, подпись

**Обсуждена и одобрена**  
на заседании кафедры журналистики  
(решение от «22» 01 2020г. № 6)  
Заведующий кафедрой ФИО ( Руднева М.В. )

## **СТРУКТУРА**

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА**
- 2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ**
- 3. ТРЕБОВАНИЯ К ОТВЕТАМ НА ВСТУПИТЕЛЬНОМ ИСПЫТАНИИ**
- 4. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ**
- 5. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ**
- 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**
- 7. ГЛОССАРИЙ**

## **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА**

Вступительные испытания для лиц, поступающих на базе профильного СПО по направлению подготовки «Журналистика» проводятся с целью определения интеллектуального, образовательного и творческого потенциала абитуриента, его соответствия требованиям профессии.

*Проверяются:*

1. Знания, умения, творческие способности, креативность;
2. Социальная ориентированность, знание наиболее значимых общественных проблем;
3. Осведомленность в актуальных событиях и проблемах, освещаемых средствами массовой информации;
4. Широта кругозора, круг интересов;
5. Ориентированность в сфере масс-медиа;
6. Мотивация выбора профессии. Предрасположенность к профессии журналиста;
7. Самостоятельность суждений. Навыки устной и письменной коммуникации.

## **2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ**

*Цель вступительных испытаний* – определить склонности к выбранной специальности и способности освоить выбранную программу.

*Основные задачи:*

- Проверить уровень знаний поступающего;
- Определить склонности к профессиональной деятельности;
- Выявить мотивы поступления на направление подготовки «Журналистика»;
- Определить уровень профессиональных интересов;
- Определить уровень эрудиции поступающего.

## **3. ТРЕБОВАНИЯ К ОТВЕТАМ НА ВСТУПИТЕЛЬНОМ ИСПЫТАНИИ**

По итогам профессионального испытания (собеседования) абитуриенту выставляется оценка по 100-балльной шкале.

Минимальный проходной балл – 50.

- Профессиональное испытание :

Коллоквиум - 40 баллов.

Анализ газетного текста - 20 баллов.

Портфолио представленных абитуриентом материалов (преимущества имеют опубликованные в СМИ) – 40 баллов

### **3.1 ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ИСПЫТАНИЕ**

*Профессиональное испытание предусматривает:*

А) КОЛЛОКВИУМ

В процессе собеседования выявляются:

- представление о специфике журналистской деятельности;
- уровень общекультурной подготовки;
- кругозор;
- степень знакомства с различными видами современных СМИ;
- осознанность выбора профессии;
- умение вести диалог;
- навыки монологической речи.

Максимальное количество баллов—40.

При выставлении оценки учитываются следующие критерии:

1. Общекультурный уровень (критерий оценивается от 0 до 10 баллов)
  - а) знания в области истории, географии, международной художественной культуры;
  - б) круг чтения и источников информации;
  - в) осведомлённость об основных тенденциях в политической, экономической, социальных областях.
2. Понимание профессиональной медиасреды (критерий оценивается от 0 до 20 баллов)
  - а) осведомлённость об актуальных событиях и новостном контексте;
  - б) представление о роли журналистики в обществе;
  - в) знание ключевых СМИ и профессионалов медиаиндустрии.
3. Умение анализировать, рассуждать, аргументировать, отстаивать точку зрения (критерий оценивается от 0 до 10 баллов)

## Б) АНАЛИЗ ГАЗЕТНОГО ТЕКСТА

Абитуриенту предлагается проанализировать предложенный газетный текст. Необходимо определить жанр, стиль, форму авторского изложения, ответить на вопросы, касающиеся анализа текста.

Максимальное количество баллов—20.

При выставлении оценки учитываются следующие критерии:

- Умение сформулировать тему газетного текста – от 0 до 3 баллов
- Определение рода проблем изложенных в тексте - от 0 до 3 баллов
- Определение жанра газетного текста - от 0 до 6 баллов
- Выявление фактов и мнений используемых в тексте - от 0 до 3 баллов
- Определение источников информации используемых в тексте - от 0 до 3 баллов
- Выявление в материале текстовых штампов, клише - от 0 до 2 баллов

## В) ПОРТФОЛИО ПРЕДСТАВЛЕННЫХ АБИТУРИЕНТОМ СОБСТВЕННЫХ МАТЕРИАЛОВ

Конкурс проводится путем оценивания документов и материалов, представленных поступающим в соответствии с перечнем.

Максимальное количество баллов– 40.

1) Сведения о профессионально практической деятельности - от 0 до 20 баллов

- публикации в СМИ (авторство заверенное редакцией.)
- опубликованные фотоматериалы, расшифровка эфирных аудио, видеоматериалов (авторство, заверенное редакцией)

2) Документы и материалы, подтверждающие участие в научных мероприятиях (конференции, семинары, научные школы, круглые столы и др.) – от 0 до 10 баллов

3) Дипломы победителей и лауреатов конкурсов научных, проектных работ и студенческих олимпиад, соответствующих направлению программы - от 0 до 10 баллов

#### **4. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ**

##### **Тема 1. Возникновение и развитие журналистики как общественного института.**

Журналистика как система средств массовой информации. Система понятий теории журналистики. Технические средства фиксации и доставки информации.

Рекомендуемая литература:

1. Корконосенко С. Г. Основы журналистики. СПб, 2007.
2. Тавокин Е.П. Журналистика в информационном обществе. М., 2006.
3. Запесоцкий А.С. СМИ как фактор трансформации Российской культуры. СПб, СПбГУП, 2010.
4. Сборники конференций «Электронные СМИ: вчера, сегодня, завтра». СПб, СПбГУП, 2010-2019.

##### **Тема 2. Журналистика как область массово-информационной деятельности.**

Общенаучная характеристика понятия «информация». Социальная информация. Критерии оценки ценности информации: новизна, доступность, достоверность, своевременность, полезность. Отличие журналистской информации от других разновидностей массовой информации. Основные свойства журналистской информации. Журналистский текст, его специфика.

Рекомендуемая литература:

1. Тавокин Е.П. Журналистика в информационном обществе. М., 2006.
2. Корконосенко С. Г. Основы журналистики. СПб, 2007.
3. Запесоцкий А.С. СМИ как фактор трансформации Российской культуры. СПб, СПбГУП, 2010.
4. Сборники конференций «Электронные СМИ: вчера, сегодня, завтра». СПб, СПбГУП, 2010-2019.
5. Шарафадина К.И., Зеликина Н.С., Евдокимова Л.А., Сухотина И.А., Колесникова Е.И. Язык и стиль СМИ. СПб, СПбГУП, 2016.
6. Шарафадина К.И., Колесникова Е.И., Тиманова О.И. Основы

### **Тема 3. Журналистика как область общественно-политической деятельности.**

Журналистика в политической системе общества. Журналистика и политика: политические организации, политическая деятельность. Государственная политика в области журналистики.

Рекомендуемая литература:

1. Запесоцкий А.С. СМИ как фактор трансформации Российской культуры. СПб, СПбГУП, 2010.
2. Сборники конференций «Электронные СМИ: вчера, сегодня, завтра». СПб, СПбГУП, 2010-2019.

### **Тема 4. Функции журналистики.**

Основные условия и факторы формирования и функционирования системы СМИ. Понятие функций журналистики: идеологической, пропагандистской, культурно-просветительской, развлекательной, организационной, интегративной. Типология органов информации. Основные типологические группы современной российской журналистики.

Рекомендуемая литература:

1. Тавокин Е.П. Журналистика в информационном обществе. М., 2006.
2. Корконосенко С. Г. Основы журналистики. СПб, 2007.

### **Тема 5. Журналистика как область творческой деятельности.**

Виды журналистской деятельности. Информационная политика и ее составляющие. Типы творчества: научный, художественный, публицистический. Содержание и форма журналистского творчества. Отбор и сочетание различных творческих подходов, методов обработки и анализа информации. Виды журналистских специализаций.

Рекомендуемая литература:

1. Тавокин Е.П. Журналистика в информационном обществе. М., 2006.
2. Корконосенко С. Г. Основы журналистики. СПб, 2007.
3. Черникова Е.В. Литературная работа журналиста. М., 2007.

### **Тема 6. Журналистика как система средств массовой информации.**

Количественная и качественные характеристики современного информационного рынка. Техничко-коммуникационные и социально-политические причины развития рынков СМИ. Типология СМИ. Обеспечение СМИ средствами производства. Государственные и общественные органы управления СМИ.

Рекомендуемая литература:

1. Тавокин Е.П. Журналистика в информационном обществе. М., 2006.
2. Корконосенко С. Г. Основы журналистики. СПб, 2007.

### **Тема 7. Социальная позиция журналиста.**

Факторы, формирующие гражданскую позицию в журналистике, выбор места в социальной структуре общества. Проблема независимости журналиста. Журналист и идеология его печатного издания (теле- или радиопрограммы). Гуманитарные и гуманистические ориентиры журналистики. Система принципов деятельности журналистов. Социологические исследования журналистской профессии. Личностные качества журналиста.

Рекомендуемая литература:

1. Тавокин Е.П. Журналистика в информационном обществе. М., 2006.
2. Корконосенко С. Г. Основы журналистики. СПб, 2007.
3. Запесоцкий А.С. СМИ как фактор трансформации Российской культуры. СПб, СПбГУП, 2010.
4. Сборники конференций «Электронные СМИ: вчера, сегодня, завтра». СПб, СПбГУП, 2010-2019.

### **Тема 8. Свобода печати и журналистской деятельности.**

Понятие «свобода» и «социальная позиция» в профессии журналиста. Экономические, материальные, технические условия и ограничители свободы. Конфликт между свободой творчества и коммерческими интересами. Основные направления правового регулирования журналистской деятельности. Система законодательства и подзаконных актов, регулирующих деятельности СМИ. Профессиональная этика журналистов.

Рекомендуемая литература:

1. Тавокин Е.П. Журналистика в информационном обществе. М., 2006.
2. Корконосенко С. Г. Основы журналистики. СПб, 2007.

### **Тема 9. Журналисты как субъекты массово-информационной деятельности.**

Статус журналиста. Профессиональные качества журналиста. Социально-мировоззренческие позиции журналиста. Место журналиста в коллективе. Специализация журналиста. Профессиональные организации журналистов. Ориентация в профессии, мотивация ее выбора. Условия труда журналиста.

Рекомендуемая литература:

1. Тавокин Е.П. Журналистика в информационном обществе. М., 2006.
2. Корконосенко С. Г. Основы журналистики. СПб, 2007.
3. Запесоцкий А.С. СМИ как фактор трансформации Российской культуры. СПб, СПбГУП, 2010.
4. Черникова Е.В. Литературная работа журналиста. М., 2007.
5. Сборники конференций «Электронные СМИ: вчера, сегодня, завтра». СПб, СПбГУП, 2010-2019.

### **Тема 10. Эффективность журналистской деятельности.**

Влияние СМИ на общественное сознание. Показатели эффективности как соответствие результата журналистской деятельности поставленным целям. Затраты на производство журналистского продукта. Факторы



повышения эффективности СМИ. Редакционный контроль результатов деятельности СМИ

Рекомендуемая литература:

1. Тавокин Е.П. Журналистика в информационном обществе. М., 2006.
2. Корконосенко С. Г. Основы журналистики. СПб, 2007.
3. Запесоцкий А.С. СМИ как фактор трансформации Российской культуры. СПб, СПбГУП, 2010.
4. Черникова Е.В. Литературная работа журналиста. М., 2007.
5. Сборники конференций «Электронные СМИ: вчера, сегодня, завтра». СПб, СПбГУП, 2010-2019.

## 5. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

### 5.1 ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ИСПЫТАНИЕ

*Профессиональное испытание предусматривает:*

#### А) КОЛЛОКВИУМ

*Перечень вопросов:*

1. Какие виды средств массовой информации Вы знаете?
2. Какие средства массовой информации появились в XX веке?
3. В чем Вы видите преимущества газеты перед телевидением и наоборот: в чем преимущества ТВ?
4. Назовите имена известных газетных и тележурналистов. Кто из них кажется вам наиболее интересным и почему?
5. С какими газетами, еженедельниками и журналами Вы знакомы? Охарактеризуйте их.
6. Почему печать называется периодической?
7. Какие жанры журналистики Вы знаете?
8. Чем, по-Вашему, отличается очерк от информации и репортажа?
9. Что, по-Вашему, означает свобода слова в журналистике?
10. Какие проблемы, обсуждающиеся сегодня в печати и на телевидении, кажутся Вам особенно важными?
11. Что такое публицистика?
12. Что такое информационное агентство? Назовите крупнейшие информационные агентства: мировые и российские.
13. Новости какого телеканала Вы смотрите?
14. В чем, по - Вашему, уникальность радио и его отличие от других СМИ?
15. В чем цель журналистского расследования? Какими профессиональными качествами должен обладать журналист, взявшийся за расследование?
16. Назовите наиболее интересных Вам телеведущих. Чем они интересны?
17. Что такое «горячие точки» и где они находятся в настоящее время?
18. Каких зарубежных политиков Вы знаете? Охарактеризуйте их.

19. Каких российских политиков Вы знаете? Охарактеризуйте их.
20. Какие газеты выписываете и какие теле и радио передачи смотрите и слушаете регулярно?
21. Какие профессии в журналистике Вы знаете?
22. Интернет и журналистика. Особенности деятельности.
23. Какие профессиональные организации журналистов Вы знаете?
24. Кого из современных российских и зарубежных деятелей театра и кино, художников, музыкантов Вы знаете?
25. Какие театры и музеи Санкт-Петербурга Вы знаете? В каких удалось побывать?
26. Характеристика Вашего регионального телеканала и региональной газеты.
27. Назовите ведущие федеральные телеканалы.

#### Б) АНАЛИЗ ГАЗЕТНОГО ТЕКСТА

*Вопросы для анализа газетного текста:*

- Как можно сформулировать тему газетного текста?
- Какова основная мысль данного газетного материала?
- Какого рода проблемы изложены в тексте?
- К какому газетному жанру можно отнести текст? Что можно сказать о форме его подачи?
- Какие факты и мнения используются в тексте?
- На какие источники информации опирается автор?
- Есть ли в материале текстовые штампы, клише?

#### В) ПОРТФОЛИО ПРЕДСТАВЛЕННЫХ АБИТУРИЕНТОМ СОБСТВЕННЫХ МАТЕРИАЛОВ

Абитуриент представляет свои авторские работы:

- газетные, журнальные тексты;
- фотографии;
- телевизионные сюжеты;
- радиоматериалы;
- материалы Интернет СМИ;

### **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

1. Кузнецов И.В. История отечественной журналистики (1917-2000). М., 2006.
2. Корконосенко С. Г. Основы журналистики. СПб, 2007.
3. Михайлов С.А. История зарубежных СМИ. СПб, 2006.
4. Тавокин Е.П. Журналистика в информационном обществе. М., 2006.
5. Черникова Е.В. Литературная работа журналиста. М., 2007.

*Литература по теории и практике СМИ, изданная Санкт-Петербургским гуманитарным университетом профсоюзов*

1. Агапитова С.Ю. Информационное вещание на ТВ. СПб, СПбГУП, 2003.
2. Запесоцкий А.С. Позиция: избранная публицистика 1985-2008. СПб, СПбГУП, 2008.
3. Запесоцкий А.С. СМИ как фактор трансформации Российской культуры. СПб, СПбГУП, 2010.
4. Сборники конференций «Электронные СМИ: вчера, сегодня, завтра». СПб, СПбГУП, 2010-2019.
5. Шарафадина К.И., Зеликина Н.С., Евдокимова Л.А., Сухотина И.А., Колесникова Е.И. Язык и стиль СМИ. СПб, СПбГУП, 2016.
6. Шарафадина К.И., Колесникова Е.И., Тиманова О.И. Основы коммуникативной культуры журналиста. СПб, СПбГУП, 2016.

## 7. ГЛОССАРИЙ

**Аудитория** – неопределенно многочисленная и качественно неоднородная группа людей, вступающих во взаимодействие со СМИ, носитель массового сознания.

**Видеоконференцсвязь** - услуга, предоставляемая операторами электросвязи и компьютерных сетей и обеспечивающая обмен аудио- и видеоинформацией в режиме реального времени между участниками территориально распределенной группы.

**Верстка телевизионной программы** – план программы, в котором сюжеты, подводки, рекламные вставки расположены в том порядке, в каком зритель увидит их на экране; основной закон любой передачи, который может нарушаться лишь при форс-мажорных обстоятельствах.

**Вещание** – процесс распространения информации средствами радио- или телевизионной техники. Вещание подразумевает одновременный прием информации, передаваемой из одного редакционно-технического центра, большим количеством людей, с помощью индивидуальных приемных устройств. Различают внутреннее вещание (передачу программ для населения своей страны) и иновещание (передачу программ для населения других стран). По техническому признаку вещание разделяется на эфирное и проводное (кабельное телевидение и радиотрансляционная сеть).

**Вещательная программа** – конечный, готовый к потреблению продукт телевизионного информационного производства, итоговый результат совместной деятельности различных телевизионных организаций, специалистов разного профиля. ( И.И.Волкова).

**Жанр** – исторически определившийся тип отображения реальной действительности, обладающей системой относительно устойчивых признаков.

**Журналистика** – социальная система, предназначенная для поиска, переработки и дискретной передачи актуальной социальной информации с

помощью специализированных коммуникационных средств (печать, радио, телевидение, интернет) неопределенной массовой аудитории с целью информирования ее, социального адаптирования, а также отражения и формирования общественного мнения. (С. Корконосенко, Е. Прохоров, В. Тулупов).

**Журналисты** – штатные и внештатные работники редакции, которые по редакционному уставу определяют направление и характер изданий и программ, ведут авторскую, редакторскую, организационную работу по сбору, обработке, компоновке массовой информации в номера газет и журналов, программы радио и телевидения, выпуски агентской информации и т.д. (Е.П.Прохоров).

**Электронные СМИ** - радио, телевидение и Интернет.

**Интерактивное телевидение** - телевидение, обеспечивающее диалог пользователей с предоставляемыми им прикладными процессами. Интерактивное телевидение обеспечивает: выдачу информации; предоставление услуг телекса, телетекста и видеотекста; электронную почту и передачу документов; проведение видеоконференций и телеконференций.

**Информационная технология** - совокупность методов, производственных и программно-технологических средств, объединенных в технологическую цепочку, обеспечивающую сбор, хранение, обработку, вывод и распространение информации. Информационные технологии предназначены для снижения трудоемкости процессов использования информационных ресурсов.

**Идеология** – слово, учение – учение об идеях. Система политических, правовых, нравственных, религиозных, эстетических и философских взглядов и идей, в которых осознаются и оцениваются отношения людей к действительности и друг к другу.

**Идея** – основная мысль произведения, выражающая нравственную позицию автора.

**Инфраструктура СМИ** – 1) несколько секторов производства содержания, которое впоследствии распространяется через каналы СМИ: информационные агентства, производителей телепрограмм, видео- и киностудии, электронные СМИ, студии звукозаписи; 2) предприятия, обеспечивающие медиапредприятиям приток финансовых средств: рекламные и PR-агентства; 3) технические службы, обеспечивающие производственный процесс в медиасфере.

**Интервью** – это диалог, происходящий между журналистом, получающим информацию, и каким-либо носителем информации.

**Информация** – накопленные сведения, сообщение о каком-либо факте.

**Канал** – средство массовой информации (газеты, журналы, теле - радиопрограммы) и технические средства тиражирования, трансляции и

ретрансляции, предназначенные для «доставки» информации массовой аудитории. (Е.В.Ахмадулин).

**Кадр** – изображение части пространства, заключенное в раму экрана и видимое в каждый момент.

**Контрапункт слова и изображения** – на телевидении и в кино — осмысленное противопоставление или сопоставление звука и изображения. Противоположно *синхрону* – разновидности видеоматериала, где изображение и звук соответствуют одной пространственно-временной ситуации (чаще всего эпизод интервью – зритель видит человека и слышит шумы и речь, синхронизированные с изображением, записанные там же и тогда же, когда происходит разговор).

Контрапункт могут создавать изображение и шум, изображение и музыка. Особенно ярким является контрапункт, в котором один смысловой пласт (изображение) контрастирует с другим (звук). Примером может служить видеоизображение военного парада, сопровождаемое комичным цирковым маршем.

**Культурно-просветительская миссия телевидения** – это целенаправленная деятельность телеканалов, направленная на передачу, распространение и утверждение базовых национальных ценностей.

**Контент-анализ** – метод количественного формализованного изучения текстов, в т. ч. рекламных.

**Локальная видеосеть** - локальная сеть, обеспечивающая функционирование телевидения. Локальные видеосети: характеризуются высокими скоростями и малыми задержками передачи; интегрируется с интерактивным телевидением.

**Массовая коммуникация** – это деятельность по добыванию, упорядочению, обработке и передаче информации, – это деятельность по добыванию (открытию, изобретению) новых смыслов, приближающих человека к постижению истинного и нравственного знания.

**Сеть кабельного телевидения** - телевизионная сеть, предназначенная для передачи телевизионного сигнала по кабелю.

**Спутниковое телевидение** - телевидение, основанное на передаче сигнала через спутники связи. Сигналы некоторых передач спутникового вещания подвергаются преобразованию с целью недопущения несанкционированного доступа.

**Средство массовой информации (СМИ)** Средство массовой коммуникации; масс медиа - средство распространения информации, характеризующееся: обращенностью к массовой аудитории; общедоступностью; корпоративным характером производства и распространения информации. К средствам массовой информации относятся: пресса, радио, телевидение; кинематограф, звукозаписи и видеозаписи; видеотекст, телетекст, рекламные щиты и

панели; домашние видеоцентры, сочетающие телевизионные, телефонные, компьютерные и другие линии связи.

**Сенсация** – некое событие, выпадающее из нормального течения жизни. Лучшая сенсация – это событие, рядом с которым можно поставить слово «впервые».

**Онлайновые технологии** - средства коммуникации сообщений в сетевом информационном пространстве, обеспечивающие синхронный обмен информацией в реальном времени.

**On-line медиа** - сеанс коммуникации в режиме реального времени, связанный с передачей сообщения удаленному пользователю на его компьютер с использованием протоколов Интернет: FTP, Gopher, WWW.

**Общественное мнение** – мнение в отношении каких-либо событий, фактов, людей, существующее в обществе в целом или в его части. Одно из проявлений общественного сознания. Может существовать в явной или скрытой форме, выражает позицию одобрения или осуждения, регулирует поведение социальных групп или индивидов.

**Общество информационное** – общество с высокой информационной культурой, развитыми формами производства информации и информационных услуг.

**Публицистика** – (от лат. publicus – общественный), род произведений, посвященных актуальным проблемам и явлениям текущей жизни.

**Рейтинг** – важнейший критерий для определения популярности аудиовизуальных СМИ. Рейтинг – количество зрителей, смотрящих или слушающих определенную программу, отнесенное к общей численности аудитории, которая имеет техническую возможность смотреть телевизор или слушать радио.

**Репортаж** – в переводе «сообщать». Жанр, оперативно динамично и достоверно сообщает о происходящем в данный момент событии, актуальным проблемам и явлениям текущей жизни.

**Репортажность** – совокупность методов максимально достоверного, приближенного к жизни изображения действительности – и реальной, и созданной авторской фантазией.

**Текст** – последовательность предложений, слов, построенных согласно правилам данного языка, данной знаковой системы и образующая сообщение; словесное произведение либо его фрагмент, составленный из знаков естественного языка (слов) и сложных эстетических знаков (сюжета, композиции и т.д.).

**Телевещание** - передача сообщений и других информационных программ по телевидению. **Вещание, трансляция** - передача на расстояние речи, музыки, изображения и т.п. с места действия по радио или линии связи.

**Телевизионная башня** - опора, на вершине которой устанавливаются антенны передающей телевизионной станции, а также антенны радиовещания, радиорелейной и радиотелеграфной связи. Иногда на

телевизионных башнях устанавливают приборы для метеорологических наблюдений. В стволе телевизионной башни размещают радио- и телевизионное оборудование. Чем выше телевизионная башня, тем больше радиус уверенного приема телевизионных программ.

**Телевизионная техника** - комплекс радиоэлектронных, оптических и механических средств, предназначенных для получения телевизионных сигналов передачи, приема и преобразования их в видимое изображение.

**Телематика** - соединение телевидения с компьютерными устройствами для интегрированной обработки и передачи информации.

**Телевизионная сеть** - сеть, предназначенная для передачи движущихся изображений и их звукового сопровождения.

**Телетекст** - сетевая служба телевизионной сети, обеспечивающая передачу текстов и простых изображений. Телетекст работает в режиме широко вещания и предназначен для приема информации телевизорами, оснащенными специальными приставками.

**Телекоммуникация** – передача произвольной информации на расстояние с помощью технических средств.

**Телеконференция** - мероприятие, в котором групповая коммуникация осуществляется между территориально распределенными участниками с помощью технологии телеконференций. Телеконференция осуществляется на базе программно-технической среды, которая обеспечивает взаимодействие пользователей.

**Федеральные телеканалы** – в соответствии с частью 3.1 статьи 14 Федерального закона «О рекламе» под федеральным телеканалом понимается организация, осуществляющая эфирное телевидение на территории более пяти субъектов Российской Федерации.

**Фонограмма** (от гр. phone «звук» и gramma «запись») – запись речи, музыки и т.д., нанесенная на пластинку, магнитофонную ленту, пленку или другой носитель.

**Форма** – соответствие сути и формы телевизионного продукта требованиям определенного телеканала.

**Функция** (от лат. function – исполнение) – разнообразные «обязанности» журналистики и характер их исполнения в современном обществе.