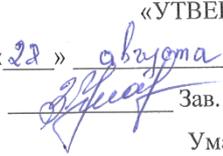


**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»**

**Факультет истории и международных отношений
Кафедра культурологии**

«УТВЕРЖДАЮ»
«22» августа 2024 г.

Зав. кафедрой
Умарова З.Х.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

КУЛЬТУРА МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Направление подготовки - 51.03.01 «Культурология»
Профиль подготовки – Культуроведение и социокультурные проекты

ДУШАНБЕ - 2024

**ПАСПОРТ
ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине: «Культура массовых коммуникаций»

№ п/п	Контролируемые разделы, темы	Формируемые компетенции	Результаты достижения компетенций	Оценочные средства	
				Другие оценочные средства	
				Количество тестовых заданий	Вид
1	Феномен массовой коммуникации в культуре XX века	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Учитывает основы социальной и практической психологии, принципы взаимодействия в команде, выявляет специфику различных видов и типов социокультурного взаимодействия и коммуникации. ИУК-3.2. Способен определять свою роль в команде и выполнять обозначенные функции, согласовывать свои действия с другими участниками команды; координировать общую работу; принимать, обосновывать решения; планировать последовательность действий для достижения заданного результата.	12	Круглый стол Доклад Презентация Коллоквиум
2	Типологии современных средств массовых коммуникаций	УК-3	ИУК-3.1. ИУК-3.2.	12	Круглый стол Доклад Презентация Коллоквиум
3	Основные	УК-3	ИУК-3.2.	12	Круглый стол

	методы исследований массовой коммуникации		ИУК-3.3. Способен осуществлять планирование собственных действий и координацию общих действий для достижения общих поставленных целей; интерактивное взаимодействие и коммуникацию; использовать технологии создания и управления командой.		Доклад Презентация Коллоквиум
4	Проблема массовости культуры и коммуникации в контексте современного техногенного общества	УК-3 ОПК-2 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИУК-3.1. ИОПК-2.1. Использует основные возможности, предоставляемые современными информационно-коммуникационным и технологиями для решения стандартных задач профессиональной деятельности с учетом основных требований информационной безопасности.	12	Доклад Презентация Коллоквиум
5	Структурные элементы системы массовой коммуникации	УК-3 ОПК-2	ИУК-3.2. ИОПК-2.2. Способен применять информационно-коммуникационные технологии с учетом основных требований информационной безопасности в соответствии с поставленными задачами.	12	Круглый стол Доклад Презентация Коллоквиум
6	Жанры и их характеристика	УК-3 ОПК-2	ИУК-3.1. ИОПК-2.1.	12	Круглый стол Собеседование Доклад

					Презентация Коллоквиум
7	Жанры художественной публицистики	УК-3 ОПК-2	ИУК-3.1. ИОПК-2.1.	12	Круглый стол Доклад Презентация Коллоквиум
8	Общество и индивид в системе массовых коммуникаций	УК-3 ОПК-2	ИУК-3.3. ИОПК-2.3. Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности с применением информационно- коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности	12	Круглый стол Доклад Презентация Коллоквиум Собеседование
9	Свобода печати и её сущность	УК-3 ОПК-2	ИУК-3.1. ИУК-3.2. ИОПК-2.2.	12	Круглый стол Доклад Презентация Коллоквиум
10	Массовые коммуникации и ценностные ориентации субъектов	ОПК-2 ПК-1 Способен разрабатывать различные типы социокуль- турных проектов в области культурной политики, межкультурной коммуникации, международно о культурного сотрудничества	ИОПК-2.2. ИПК-1.1. Оценивает особенности проектов и программ в различных сферах социокультурной деятельности, связанных с сохранением и освоением культурного и природного наследия; анализирует социально- культурные программы в системе межкультурной коммуникации, международного культурного сотрудничества; технология разработки проектов и программ, связанных	12	Доклад Презентация Коллоквиум Собеседование

			социокультурными процессами и практиками, с сохранением и освоением культурного и природного наследия		
11	Проблемы передачи и интерпретации сообщений в массовой коммуникации	УК-3 ОПК-2 ПК-1	ИУК-3.3. ИОПК-2.2. ИПК-1.2. Способен анализировать социально-культурный, экономический и политический контекст при подготовке социально-культурных программ в системе межкультурной коммуникации, международного культурного сотрудничества; применять профессиональные знания при проведении социально-культурных программ в системе межкультурной коммуникации, международного культурного сотрудничества разрабатывать инновационные проекты и программы в разных сферах социокультурной деятельности, связанных с сохранением и освоением культурного и природного наследия;	12	Круглый стол Доклад Презентация Коллоквиум Собеседование

12	Понятие информации	ОПК-2	ИОПК-2.3. ИОПК-2.3.	12	Коллоквиум Круглый стол Доклад Презентация
13	Массовая коммуникация как социальное действие	ОПК-2 ПК-1	ИОПК-2.3. ИПК-1.3. Способен проводить исследования социально-культурных, экономических и политических условий для определения вида и особенностей социально-культурной программы в системе межкультурных коммуникаций и международного сотрудничества; осуществлять организацию социально-культурных программ в системе межкультурной коммуникации, международного культурного сотрудничества	12	Круглый стол Доклад Презентация Коллоквиум
14	Медиа в системе отношений «рынок – государство - общество»	ОПК-2 ПК-1	ИОПК-2.2. ИОПК-2.3. ИПК-1.2. ИПК-1.3.	12	Доклад Презентация Коллоквиум Собеседование
15	Роль масс-медиа в управлении сознанием	УК-3 ОПК-2 ПК-1	ИУК-3.3. ИОПК-2.3. ИПК-1.3.	12	Доклад Презентация Коллоквиум Собеседование
Всего:				180	

ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№ п/п	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Круглый стол	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола
2	Доклад	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов
3	Презентация	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в электронном виде полученных результатов анализа по определенной теме, где автор раскрывает суть рассматриваемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы презентаций
4	Коллоквиум	Форма учебного занятия, понимаемая как беседа преподавателя с учащимися с целью активизации знаний	Вопросы коллоквиума
5	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам УД, ПМ

Кафедра культурологии

ПЕРЕЧЕНЬ ДИСКУССИОННЫХ ТЕМ ДЛЯ КРУГЛОГО СТОЛА

по дисциплине: «Культура массовых коммуникаций»

УК-3 - способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

ОПК-2 - способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

ПК-1 – способен разрабатывать различные типы социокультурных проектов в области культурной политики, межкультурной коммуникации, международного культурного сотрудничества

1. Феномен массовой коммуникации
2. Функция социальной интеграции и политического контроля
3. Направления исследований массовой коммуникации
4. Основные этапы развития массовых коммуникаций
5. Жанровые особенности телевидения и радио
6. Интернет как структура в системе СМИ
7. Субъекты социальных интересов и их роль в деятельности массовых коммуникаций
8. Государство и СМИ. Дискуссия
9. Информация как социальный феномен
10. Имидж и его роль в манипулировании массовым сознанием
11. Политическая реклама в СМИ

Критерии оценки:

- оценка «**зачтено**» выставляется студенту, если:

- студент усвоил материал темы или раздела;
- последовательно, грамотно и логически излагал ответы;
- демонстрировал знания в объеме пройденной программы;
- воспроизводил учебный материал с требуемой степенью точности.

- оценка «**не зачтено**» выставляется студенту, если:

- есть существенные ошибки в ответе, которые не были исправлены обучающимся;
- демонстрировал недостаточно полные знания по пройденной программе;
- не структурированно, не стройно излагал учебный материал при ответе.

Кафедра культурологии

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ

по дисциплине: «Культура массовых коммуникаций»

ОПК-2 - способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

ПК-1 – способен разрабатывать различные типы социокультурных проектов в области культурной политики, межкультурной коммуникации, международного культурного сотрудничества

1. Сущность, содержание, формы массовых коммуникаций.
2. Типы средств массовых коммуникаций.
3. Этические нормы в деятельности системы массовых коммуникаций.
4. Антисоциальные эффекты массово-коммуникативной деятельности.
5. Роль социологии исследования массовых коммуникаций.
6. Виды массовых коммуникаций.
7. СМИ в системе массовых коммуникаций.
8. Особенности СМИ как массовой коммуникации.
9. Система массовых коммуникаций и социальное управление.
10. Понятие идеологии и идеологемы.
11. Понятие массово-коммуникативного процесса.
12. Информация, её виды.
13. Понятие коммуникативного акта.
14. Общение как элемент массово-коммуникативного процесса.
15. Методы информационного воздействия на аудиторию
16. Факторы эффективности деятельности массовых коммуникаций.
17. Понятие массового сознания.
18. Массовое сознание и массовые коммуникации.
19. Количественные критерии в определении массового сознания.
20. Качественные критерии в определении массового сознания.
21. Индивидуальное, групповое, обыденное сознание.
22. Жанры и их характеристика. Сообщение, отчёт, выступление, интервью, репортаж, радиоотчёт, обзор печати.
23. Аналитические жанры: корреспонденция, комментарий, обозрение, беседа, дискуссия, пресс-конференция, ток-шоу.
24. Интервью, репортаж как средство СМИ.
25. Жанровые особенности телевидения и радио.
26. История становления телевидения в России и Таджикистане как искусства.
27. Место и роль телевизионного вещания в системе СМИ.
28. Аналитические жанры телевидения.
29. Место и роль телевизионного вещания в системе СМИ.
30. Аналитические и информационные каналы, как средство формирования стереотипов мышления общества.
31. Реклама и ее место на телевидении.
32. Особенности радио как средства массовой коммуникации.

33. Радио как искусство.
34. Радио и его особенности как средства массовой коммуникации.
35. Отличие радио от телевидения.
36. Выразительные средства радио, формы и методы радио по манипулированию массовым сознанием.
37. Жанры художественной публицистики: очерк, зарисовка, эссе.
38. Сатирические жанры: фельетон, памфлет.
39. Документальные жанры.
40. Взаимопроникновение жанров.
41. Жанры как составные части более сложных структурных конструкций.
42. Интернет как специфическая структура в системе массовых коммуникаций.
43. Интернет в системе СМИ, отличительные характеристики, способы, формы и методы деятельности.

Требования к оформлению доклада:

Расстояние между строчками – 1,5 интервал без переносов; гарнитура – Times New Roman, кегль – 14, поля – 2 см, абзац – 1,25 см.

В правом углу страницы указываются фамилия и инициалы автора(ов), на следующей строчке в скобках – Отцентрированное название публикации печатается полужирным шрифтом через 1,5 интервала от названия учебного заведения. Иллюстративный материал подаётся курсивом; элементы текста, которые требуют выделения, подчёркиваются; значения слов и т.д. берутся в кавычки. Ссылки на литературу подаются в квадратных скобках. Например, [1, 34], где 1 – номер источника в списке литературы, 34 – страница, на которую ссылается автор.

Завершает доклад список литературы

Критерии оценки:

- оценка **«отлично»** выставляется студенту, если доклад полностью выполнен и оформление выполнено в соответствии с требованиями;
- оценка **«хорошо»** - задание выполнено, и в целом, отвечает предъявляемым требованиям, имеются отдельные замечания и ошибки в оформлении работы;
- оценка **«удовлетворительно»** - задание выполнено на 50%, работа не в полной мере соответствует требованиям;
- оценка **«неудовлетворительно»** - задание выполнено менее, чем на 50%, работа переписана (скачана) из других источников, не проявлена самостоятельность при выполнении задания.

Кафедра культурологии

ТЕМЫ ПРЕЗЕНТАЦИЙ

по дисциплине: «Культура массовых коммуникаций»

ОПК-2 - способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

ПК-1 – способен разрабатывать различные типы социокультурных проектов в области культурной политики, межкультурной коммуникации, международного культурного сотрудничества

1. Сущность, содержание, формы массовых коммуникаций.
2. Типы средств массовых коммуникаций.
3. Этические нормы в деятельности системы массовых коммуникаций.
4. Антисоциальные эффекты массово-коммуникативной деятельности.
5. Роль социологии исследования массовых коммуникаций.
6. Виды массовых коммуникаций.
7. СМИ в системе массовых коммуникаций.
8. Особенности СМИ как массовой коммуникации.
9. Система массовых коммуникаций и социальное управление.
10. Понятие идеологии и идеологемы.
11. Понятие массово-коммуникативного процесса.
12. Информация, её виды.
13. Понятие коммуникативного акта.
14. Общение как элемент массово-коммуникативного процесса.
15. Методы информационного воздействия на аудиторию
16. Факторы эффективности деятельности массовых коммуникаций.
17. Понятие массового сознания.
18. Массовое сознание и массовые коммуникации.
19. Количественные критерии в определении массового сознания.
20. Качественные критерии в определении массового сознания.
21. Индивидуальное, групповое, обыденное сознание.
22. Жанры и их характеристика. Сообщение, отчёт, выступление, интервью, репортаж, радиоотчёт, обзор печати.
23. Аналитические жанры: корреспонденция, комментарий, обозрение, беседа, дискуссия, пресс-конференция, ток-шоу.
24. Интервью, репортаж как средство СМИ.
25. Жанровые особенности телевидения и радио.
26. История становления телевидения в России и Таджикистане как искусства.
27. Место и роль телевизионного вещания в системе СМИ.
28. Аналитические жанры телевидения.
29. Место и роль телевизионного вещания в системе СМИ.
30. Аналитические и информационные каналы, как средство формирования стереотипов мышления общества.
31. Реклама и ее место на телевидении.
32. Особенности радио как средства массовой коммуникации.

33. Радио как искусство.
34. Радио и его особенности как средства массовой коммуникации.
35. Отличие радио от телевидения.
36. Выразительные средства радио, формы и методы радио по манипулированию массовым сознанием.
37. Жанры художественной публицистики: очерк, зарисовка, эссе.
38. Сатирические жанры: фельетон, памфлет.
39. Документальные жанры.
40. Взаимопроникновение жанров.
41. Жанры как составные части более сложных структурных конструкций.
42. Интернет как специфическая структура в системе массовых коммуникаций.
43. Интернет в системе СМИ, отличительные характеристики, способы, формы и методы деятельности.

Требования к подготовке презентации:

- **Структура:** количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления (для 10-минутного выступления рекомендуется использовать не более 14 слайдов) – наличие титульного слайда и слайда с выводами
- **Наглядность:** иллюстрации хорошего качества, с четким изображением, текст легко читается – используются средства наглядности информации (таблицы, схемы, графики и т. д.)
- **Дизайн и настройка:** оформление слайдов соответствует теме, не препятствует восприятию содержания, для всех слайдов презентации используется один и тот же шаблон оформления
- **Содержание:** презентация отражает основные этапы исследования (проблема, цель, гипотеза, ход работы, выводы, ресурсы) – содержит полную, понятную информацию по теме работы – орфографическая и пунктуационная грамотность
- **Требования к выступлению:** выступающий свободно владеет содержанием, ясно и грамотно излагает материал – выступающий свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории – выступающий точно укладывается в рамки регламента (10 минут)

Критерии оценки:

- оценка «**отлично**» выставляется студенту, если презентация выполнена в соответствии с вышеотмеченными требованиями;
- оценка «**хорошо**» - презентация выполнена, и в целом, отвечает предъявляемым требованиям, имеются отдельные замечания и ошибки в оформлении презентации;
- оценка «**удовлетворительно**» - презентация выполнена на 50%, работа не в полной мере соответствует требованиям, презентация слабая или отсутствует;
- оценка «**неудовлетворительно**» - презентация выполнена менее, чем на 50%, переписана (скачана) из других источников, не проявлена самостоятельность при выполнении презентации.

ВОПРОСЫ КОЛЛОКВИУМА

по дисциплине: «Культура массовых коммуникаций»

УК-3 - способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

ОПК-2 - способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

1. Сущность обыденного сознания.
2. Сущность общественного мнения.
3. ПР и общественное мнение.
4. Понятие массовой информации.
5. Уровни социальной информации.
6. Массовые коммуникации как социальный институт.
7. Пресса и власть.
8. Сущность, содержание, формы массовых коммуникаций.
9. Типы средств массовых коммуникаций.
10. Этические нормы в деятельности системы массовых коммуникаций.
11. Антисоциальные эффекты массово-коммуникативной деятельности.
12. Роль социологии исследования массовых коммуникаций.
13. Виды массовых коммуникаций.
14. СМИ в системе массовых коммуникаций.
15. Особенности СМИ как массовой коммуникации.
16. Система массовых коммуникаций и социальное управление.
17. Понятие идеологии и идеологемы.
18. Понятие массово-коммуникативного процесса.
19. Информация, её виды.
20. Понятие коммуникативного акта.
21. Общение как элемент массово-коммуникативного процесса.
22. Методы информационного воздействия на аудиторию
23. Факторы эффективности деятельности массовых коммуникаций.
24. Понятие массового сознания.
25. Массовое сознание и массовые коммуникации.
26. Количественные критерии в определении массового сознания.
27. Качественные критерии в определении массового сознания.
28. Индивидуальное, групповое, обыденное сознание.
29. Роль масс-медиа в управлении массовым сознанием.
30. Имиджи, медиасобытия, псевдособытия и т.п. как инструменты медиамифологии и условия манипулирования массовым сознанием.
31. Средства массовой информации как инструмент международной политики.
32. Модели социальной ответственности средств массовой информации.
33. Роль средств массовой информации в формировании и функционировании общественного мнения.
34. Отражение политической культуры в средствах массовой информации.
35. Место средств массовой информации в процессах массовой коммуникации.

- Альтернативные коммуникации.
36. Средства массовой информации как «четвертая власть».
 37. Информационное пространство мира.
 38. Информационный плюрализм. Понятие "информационная безопасность".
 39. Взаимодействие средств массовой информации и государственной власти.
 40. Управление средствами массовой информации.
 41. Государственная политика в области средств массовой информации в мире и Российской Федерации.
 42. Региональные аспекты взаимоотношений местной власти со средствами массовой информации.
 43. Средства массовой коммуникации в условиях зависимого (догоняющего) развития.
 44. Идея «нового мирового информационного порядка».
 45. Международная программа развития коммуникации ЮНЕСКО (1980).
 46. Феномен массовой коммуникации в культуре XX века.
 47. Понятие массовой коммуникации.
 48. Экономические, политические, культурные и технологические факторы, определяющие роль и значение массовой коммуникации в современном мире.
 49. Актуальность изучения массовой коммуникации.
 50. Структурные составляющие коммуникационных процессов.
 51. Особенности информационных процессов в обществах традиционного и современного типа.
 52. Предпосылки возникновения массовой коммуникации.
 53. Массовизация и глобализация культуры в XX столетии.
 54. Типологии современных средств массовых коммуникаций.
 55. Основные социальные функции МК.
 56. Конструирование социальной, политической и культурной реальности человека.
 57. Функция социальной интеграции и политического контроля.
 58. Массовые коммуникации и развитие индустрии досуга современного человека.
 59. Массовые коммуникации как средство продвижения разнообразной культурной продукции.
 60. Основные методы исследований массовой коммуникации.
 61. Общенаучные принципы изучения социальной коммуникации: исторический, структурный, функциональный, системный и др.
 62. Направления исследований массовой коммуникации.

Критерии оценки:

- оценка «**зачтено**» выставляется студенту, если:
 - наличие несущественных ошибок, которые уверенно исправлял обучающийся после дополнительных и наводящих вопросов;
 - продемонстрировал знания в объеме пройденной программы;
 - четко излагал учебный материал.
- оценка «**не зачтено**»:
 - есть существенные ошибки в ответе, которые не были исправлены обучающимся;
 - продемонстрировал недостаточно полные знания по пройденной программе;
 - не структурированно, не стройно излагал учебный материал при ответе.

Кафедра культурологии

**ВОПРОСЫ ПО ТЕМАМ/РАЗДЕЛАМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ,
(СОБЕСЕДОВАНИЕ)**

по дисциплине: «Культура массовых коммуникаций»

УК-3 - способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

ОПК-2 - способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

ПК-1 – способен разрабатывать различные типы социокультурных проектов в области культурной политики, межкультурной коммуникации, международного культурного сотрудничества

1. Особенности радио как средства массовой коммуникации
2. Радио как искусство
3. Радио и его особенности как средства массовой коммуникации.
4. Отличие радио от телевидения
5. Выразительные средства радио, формы и методы радио по манипулированию массовым сознанием

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если:

- студент усвоил материал темы или раздела;
- последовательно, грамотно и логически излагал ответы;
- продемонстрировал знания в объеме пройденной программы;
- воспроизводил учебный материал с требуемой степенью точности.

- оценка «не зачтено» выставляется студенту, если:

- есть существенные ошибки в ответе, которые не были исправлены обучающимся;
- продемонстрировал недостаточно полные знания по пройденной программе;
- не структурированно, не стройно излагал учебный материал при ответе.

МОУ ВО «Российско-Таджикский (Славянский) университет»
Факультет Истории и международных отношений
Кафедра культурологии
по дисциплине: **«Культура массовых коммуникаций»**

направление подготовки – 51.03.01 «Культурология»
профиль подготовки – Культуроведение и социокультурные проекты
Форма подготовки – очная

УК-3 - способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

ОПК-2 - способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

ПК-1 – способен разрабатывать различные типы социокультурных проектов в области культурной политики, межкультурной коммуникации, международного культурного сотрудничества

Утверждено на заседании кафедры
культурологии
протокол №1 от «28» августа 2024 г.
Заведующая кафедрой культурологии
Умарова З.Х. _____

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

@1.

Что означает слово «коммуникация»:

- \$A) от латинского слова означает «общение»;
- \$B) франц. – ширма;
- \$C) от греч. - место для зрелищ – зрелище;
- \$D) от итал. слова, что значит «шутство»;
- \$E) от англ. - бомба большого калибра;

@2.

Цель коммуникации:

- \$A) обобщение знаний;
- \$B) передача опыта;
- \$C) передача сообщения;
- \$D) пропаганда культурологических знаний;
- \$E) интегрирование общества;

@3.

Назовите виды коммуникации:

- \$A) интраперсональная, межличностная, групповая, массовая;
- \$B) элитарная, массовая;
- \$C) политическая, экономическая;
- \$D) межличностная, элитарная, политическая;
- \$E) общественная, массовая, групповая;

@4.

Массовая коммуникация это:

- \$A) связь историческая;
- \$B) род искусства, специфическим средством выражения которого является сценическое действие, возникающее в процессе игры актера перед публикой
- \$C) политическое явление;
- \$D) процесс распространения информации с помощью технических средств на численно большие, рассредоточенные аудитории;
- \$E) вариант массовой культуры, демонстрируемой на экранах;

@5.

Средства массовой коммуникации (СМК) это:

- \$A) микрофоны;
- \$B) интернет;
- \$C) радио;
- \$D) телевидение;
- \$E) специальные каналы и передатчики, благодаря которым происходит распространение информационных сообщений на большие территории;

@6.

Назовите основные направления в теории массовой коммуникации:

- \$A) общественный;
- \$B) культурно-политический;
- \$C) человеко-ориентированный и медиа-ориентированный;
- \$D) гуманистический;
- \$E) информационный;

@7.

Б. Фирсов в процессе коммуникации выделяет следующие этапы:

- \$A) докоммуникативный, коммуникативный и послеккоммуникативный;
- \$B) возрождения, становления;
- \$C) индустриальный;
- \$D) первобытный;
- \$E) традиционный;

@8.

Основные средства массовой коммуникации:

- \$A) газета, журналы;
- \$B) линии передач;
- \$C) электростанции;
- \$D) атомные станции;
- \$E) печать, радио, кино и телевидение;

@9.

Прикладная модель коммуникации по Шеннону:

- \$A) линейная;
- \$B) горизонтальная и вертикальная;
- \$C) поперечная;
- \$D) техническая, семантическая, эффективность;
- \$E) полифоническая;

@10.

Модели массовой коммуникации по Шеннону:

- \$A) источник информации, передатчик, канал передачи, приемник и конечная цель, линейная модель;
- \$B) прикладная модель;
- \$C) техническая и семантическая;
- \$D) вертикальная и горизонтальная;
- \$E) линейная и прямая;

@ 11.

Дополнительные разновидности коммуникации:

- \$A) массовая, элитарная;
- \$B) межличностная, массовая;
- \$C) межкультурная, межличностная и организационная;
- \$D) организационная, элитарная;
- \$E) межкультурная, элитарная;

@ 12.

Эффективность межличностной коммуникации определяется:

- \$A) степенью информированности;
- \$B) образованностью;
- \$C) воспитанностью;
- \$D) культурностью;
- \$E) по результатам актуализации двух основных социально-значимых функций — взаимодействия и воздействия;

@ 13.

Особенности межличностной коммуникации:

- \$A) информированность населения;
- \$B) неотвратимость и неизбежность, непосредственная обратная связь, межличностные отношения;
- \$C) глобальность тематики проблем;
- \$D) общественная значимость СМИ;
- \$E) непосредственная обратная связь;

@ 14.

Что такое социальная коммуникация:

- \$A) общественная связь через СМИ;
- \$B) межгрупповое общение;
- \$C) связь исторических эпох;
- \$D) резонанс общества;
- \$E) это коммуникативная деятельность людей, организаций, масс-медиа, которая обусловлена совокупностью социально-значимых ценностей, оценок, конкретных ситуаций, коммуникативных норм общения, принятых в данном обществе;

@ 15.

Информация это:

- \$A) виртуальная книга;
- \$B) мера определенности в сообщении;
- \$C) энциклопедия в интернете;
- \$D) содержание текста, которое передается через интернет;
- \$E) теленовости;

@ 16.

В зависимости от канала распространения информации какой характер носит массовая коммуникация:

- \$A) общественный, личностный;
- \$B) вертикально-горизонтальный;
- \$C) экономический;
- \$D) формальный и неформальный;
- \$E) коммерческий;

@17.

Что такое телекоммуникация:

- \$A) Новости, передающиеся через TV;
- \$B) телепередачи;
- \$C) телеканалы;
- \$D) интерактивная связь;
- \$E) это технические службы, обеспечивающие прием и передачу информации;

@18.

Что такое массовая информация:

- \$A) общественные новости;
- \$B) общественные новости только в интернете;
- \$C) это вид социальной информации, которая собирается, накапливается, обрабатывается, передается с помощью средств массовой информации;
- \$D) это вид социальной информации, которая передается определенным аудиториям;
- \$E) это вид виртуальной информации, которая распространяется в виртуальном мире;

@19.

Средства массовой информации (СМИ):

- \$A) средство распространения информации определенным слоям общества;
- \$B) средство донесения информации по принципу широковещательного канала, охватывающее большую аудиторию и действующее на постоянной основе;
- \$C) интернет, виртуальный мир;
- \$D) набор средств связи;
- \$E) система технических средств;

@20.

Признаки СМИ:

- \$A) массовость, периодичность, доступность;
- \$B) информационность, массовость;
- \$C) элитарность, периодичность;
- \$D) принудительность, информационность;
- \$E) массовость, элитарность;

@21.

Условия функционирования массовой коммуникации (по В. П. Конечкой):

- \$A) мировая значимость информации, элитарная аудитория;
- \$B) отдельные возрастные категории аудитории, информации политического характера;
- \$C) массовая аудитория, социальная значимость информации, наличие технических средств;
- \$D) элитарная аудитория с политической подготовкой;
- \$E) профессиональная подготовка слушателя;

@22.

Первым в истории средством массовой информации стала:

- \$A) интернет;
- \$B) телевидение;
- \$C) радио;
- \$D) книги энциклопедии;
- \$E) периодическая печать;

@23.

Г. Лассвелл называет следующие функции массовой коммуникации:

- \$A) информационную, регулирующую, культурологическую, развлекательную;
- \$B) политическую, общественную;
- \$C) игровую, социальную;
- \$D) информационную, политическую, развлекательную;
- \$E) культурологическую, политическую, экономическую;

@24.

В теории массовой коммуникации выделилось два основных направления:

- \$A) культурологический подход и политический подход;
- \$B) человеко-ориентированный подход, медиа-ориентированный подход;
- \$C) социальный подход, медиа-ориентированный подход;
- \$D) экономический подход, политический подход;
- \$E) человеко-ориентированный подход, культурологический подход;

@25.

Функции средств массовой коммуникации:

- \$A) познавательная;
- \$B) социальная ориентировка, социальная идентификация, контакт с другими людьми, самоутверждения, утилитарная, эмоциональная разрядка;
- \$C) релаксационная;
- \$D) инструментальная;
- \$E) нормативная;

@26.

Среди методов исследований массовой коммуникации выделяется:

- \$A) анкетирование, наблюдение, контент-анализ;
- \$B) обоснованная теория, контент-анализ, герменевтика;
- \$C) анализ слухов, наблюдение;
- \$D) анализ текстов, пропагандистский анализ, анализ слухов, наблюдения, опросы;
- \$E) SYMLOG, анкетирование, контент-анализ, обоснованная теория;

@27.

Типы аудиторий СМИ:

- \$A) элитарные, массовые;
- \$B) условные, реальные, массовые;
- \$C) потенциальные, нерегулярные;
- \$D) элитарные, целевые, регулярные;
- \$E) условные и нецелевые, регулярные и нерегулярные, реальные и потенциальные;

@28.

По каким направлениям осуществляется анализ аудиторий:

- \$A) по возрастным категориям;
- \$B) по социально-значимым интересам;
- \$C) по форме потребления информации разными социальными общностями, способам оперирования полученной информацией;
- \$D) по профессиональной принадлежности;
- \$E) по конфессиональной принадлежности;

@29.

В 1948 г. Г. Лассуэлл выделил три основные функции массовой коммуникации:

- \$A) развлекательная, информационная;
- \$B) информационная, коммуникативная, познавательно-культурологическая;
- \$C) коммуникативная, познавательно-культурологическая
- \$D) информационная, коммуникативная;
- \$E) культурологическая, развлекательная, информационная;

@30.

Назовите формы коммуникации:

- \$A) письменная, устная, визуальная;
- \$B) виртуальная, реальная;
- \$C) письменная, виртуальная, реальная;
- \$D) визуальная, телевизионная, устная;
- \$E) письменная, устная, реальная;

@31.

Что такое массовая информация:

- \$A) информация, охватывающая отдельные слои общества;
- \$B) общественная информация, распространяющиеся с помощью искусственных каналов;
- \$C) это социальная информация, передаваемая широким аудиториям, рассредоточенным во времени и пространстве с помощью искусственных каналов;
- \$D) это общественная информация, носящая политическую окраску;
- \$E) это социальная информация, охватывающая культурно-политическую новость;

@32.

СМИ – это:

- \$A) институт журналистики;
- \$B) объединение союза журналистов;
- \$C) телевизионная сеть;
- \$D) организационно-технические комплексы, которые распространяют новости;
- \$E) это организационно-технические комплексы, позволяющие осуществлять быструю передачу, массовое тиражирование больших объемов словесной, образной и музыкальной информации;

@33.

Пресса — это:

- \$A) государственные издания, решающие экономические проблемы;
- \$B) массовые периодические печатные издания, дающие потребителю информации возможность контролировать динамику освещаемых событий, обстоятельства и направления их развития;
- \$C) частные комплексы, занимающиеся проблемами, которые охватывают культурологические аспекты в обществе;

- \$D) общественные организации, занимающиеся благотворительными акциями;
- \$E) частные периодические печатные издания;

@34.

Что такое интерактивное телевидение как разновидность культуры массовой коммуникации:

- \$A) телевизионный канал;
- \$B) жанр телевизионного творчества;
- \$C) это разновидность услуг платного телевидения, которая базируется на системе контроля доступа, позволяющей строить совершенно новые “отношения” между оператором и абонентом;
- \$D) популярная телепередача;
- \$E) разновидность телеигры;

@35.

Информационные службы — это:

- \$A) это организации, занимающиеся сохранением секретной информации;
- \$B) это организации, собирающие и пересылающие новости;
- \$C) сообщества, перерабатывающие информации политического характера;
- \$D) политические объединения;
- \$E) службы, охраняющие информацию;

@36.

PR-фирмы – это:

- \$A) фирмы, рекламирующие бренды;
- \$B) это организации, разрабатывающие и предлагающие руководству коммерческих, политических, общественных и других структур ключевую концепцию их политики или отдельные рекомендации в сфере связей с общественностью;
- \$C) частные фирмы, обеспечивающие общество своими услугами по рекламе;
- \$D) международные организации, занимающиеся рекламой частных организаций;
- \$E) общественные организации, занимающиеся благотворительностью;

@37.

Паблик рилейшнз — это:

- \$A) объединение коммуникационных средств;
- \$B) система газетного комплекса;
- \$C) система журнального комплекса;
- \$D) специальная система управления, распространение готовой информационной продукции средствами коммуникации для целенаправленного формирования желаемого общественного мнения;
- \$E) информационные технологии;

@38.

Виды деятельности паблик рилейшнз:

- \$A) пресс-посредничество, промоушн, «общественные дела», паблисити, маркетинг, торговля, реклама;
- \$B) развлекательный;
- \$C) образовательный;
- \$D) экономический;
- \$E) общественный;

@39.

Что такое компьютерная игра:

- \$A) программа, обучающая креативному мышлению;
- \$B) программа из учебного процесса школьников;
- \$C) программа, служащая для организации игрового процесса;
- \$D) программа, содержащее энциклопедические знания;
- \$E) программа, обучающая технологиям;

@40.

Когда появились компьютерные игры:

- \$A) 1840-х и 1860-х годах;
- \$B) 1890-х и 1900-х годах;
- \$C) 1920-х и 1930-х годах;
- \$D) 1930-х и 1940-х годах;
- \$E) 1950-х и 1960-х годах;

@41.

«Общественные дела» - это:

- \$A) забота о коллективе;
- \$B) виды руководящей деятельности;
- \$C) особый вид публичных отношений, связанный с налаживанием и поддержанием доброжелательных отношений между правительственными учреждениями, органами самоуправления и широкой общественностью в целом;
- \$D) отношения между организациями;
- \$E) коммуникативные средства;

@42.

Паблсити – это:

- \$A) реклама объекта;
- \$B) пропаганда, направленная на стимулирование спроса на товар или услугу посредством рекламы и распространения сведений о них в средствах информации;
- \$C) сведение о товаре или индивиде;
- \$D) комплекс средств коммуникации;
- \$E) вид интерактивного вещания;

@43.

Телевидение – это:

- \$A) комплекс устройств для передачи движущего изображения и звука на расстоянии;
- \$B) способ кодирования информации о цвете при цветном телевидении;
- \$C) система передачи телевизионного сигнала;
- \$D) комплекс кодирования и передача информации;
- \$E) всемирная система добровольно объединённых компьютерных сетей;

@44.

Когда началось в Москве электронное вещание:

- \$A) 10 апреля 1940г.;
- \$B) 10 марта 1939г.;
- \$C) 12 сентября 1935г.;
- \$D) 06 декабря 1932г.;
- \$E) 07 ноября 1930г.;

@45.

Под телекоммуникацией понимается:

- \$A) связь между каналами;
- \$B) международная коммуникация;
- \$C) связь между телевидением разных стран;
- \$D) вид телевизионного вещания;
- \$E) технические службы, обеспечивающие передачу и прием сообщений;

@46.

Что такое информационная функция коммуникации:

- \$A) предоставление секретных сведений;
- \$B) предоставление сенсационных данных;
- \$C) популяризация научных знаний;
- \$D) предоставление массовому читателю, слушателю и зрителю актуальной информации о самых различных сферах деятельности;
- \$E) предоставление специальной информации;

@47.

Регулирующая функция коммуникации – это:

- \$A) налаживание связей в обществе;
- \$B) широкий диапазон воздействия на массовую аудиторию, начиная с установления контактов и кончая контролем над обществом;
- \$C) установка новых технологий;
- \$D) установление контактов между народами;
- \$E) наладка специальных средств контроля над обществом;

@48.

Культурологическая функция коммуникации включает в себя:

- \$A) охрана объектов культуры;
- \$B) реставрация объектов культуры;
- \$C) консервация памятников культуры;
- \$D) показ экспонатов в музеях;
- \$E) ознакомление с достижениями культуры и искусства, которое способствует осознанию обществом необходимости преемственности культуры, сохранения культурных традиций;

@49.

Современная система средств массовой коммуникации подразделяются:

- \$A) телевещание, кинопоказ;
- \$B) кинопоказ и документалистика;
- \$C) на средства массовой информации (СМИ), телекоммуникацию, информатику;
- \$D) радиовещание и газеты;
- \$E) интернет и журналы;

@50.

Что входит в структуру системы прессы:

- \$A) газеты, журналы, дайджесты, еженедельники и др.;
- \$B) печатные станки;
- \$C) сеть газетных киосков;
- \$D) издательская деятельность;
- \$E) информационные технологии;

@51.

Аудиовизуальные СМИ включают в себя:

- \$A) радиовещание;
- \$B) телеканалы;
- \$C) радио, телевидение, документальные фильмы, телетексты и др.;
- \$D) интернет, радио;
- \$E) телекоммуникацию;

@52.

Информационные службы включают в себя:

- \$A) рекламные бюро и агентства;
- \$B) газетные рубрики;
- \$C) программы новостей телевидения;
- \$D) радионовости;
- \$E) телеграфные агентства, рекламные бюро, PR- агентства, профессиональные журналистские клубы и ассоциации;

@53.

Уникальность радио заключается:

- \$A) в его всеобщности и общедоступности;
- \$B) в его невидимости;
- \$C) в звуковом оформлении;
- \$D) в широкой географии;
- \$E) дороговизне;

@54.

Подлинной революцией в письменности стало:

- \$A) узелковое письмо;
- \$B) иероглиф;
- \$C) изобретение фонетического письма;
- \$D) изобретение клинописи;
- \$E) арабская вязь;

@55.

С чем связана третья коммуникативная революция:

- \$A) с появлением международного сообщения;
- \$B) с изобретением печатного станка;
- \$C) с морскими открытиями;
- \$D) рождением кинематографа;
- \$E) появлением интернета;

@56.

Четвертая коммуникативная революция связана:

- \$A) с появлением печатного станка;
- \$B) с изобретением радио;
- \$C) с рождением электричества;
- \$D) с рождением фотографии;
- \$E) с возникновением и развитием электронных средств коммуникации;

@57.

Кто изобрел телефон:

- \$A) Ж. Даггер;
- \$B) А. Попов;
- \$C) Т. Эдисон;

\$D) О. Люмбер;

\$E) А.Г. Белл;

@58.

Кто изобрел радиоприемник:

\$A) А.С. Попов;

\$B) Ж. Даггер;

\$C) О. Люмбер;

\$D) Т. Эдисон;

\$E) А.Г. Белл;

@59.

В какой стране впервые прозвучали человеческая голос и музыка по радио:

\$A) в Великобритании в 1907 году;

\$B) во Франции, 1910 году;

\$C) в Германии, 1900 году;

\$D) в России, 1920 году;

\$E) в Италии, 1922 году;

@60.

В каком году появились первые пробные цветные телевизионные программы:

\$A) в 1925 г.;

\$B) в 1929 г.;

\$C) в 1951 г.;

\$D) в 1987 г.;

\$E) в 1940 г.;

@61.

В каком году телесети 12 европейских стран объединились в сеть Евровидения:

\$A) в 1937 г.;

\$B) в 1959 г.;

\$C) в 1941 г.;

\$D) в 1960 г.;

\$E) в 1971 г.;

@62.

Как назвал коммуникацию К. Ясперс:

\$A) обмен информацией;

\$B) взаимопонимание;

\$C) виртуальное общение;

\$D) безграничное взаимное пребывание в беседе;

\$E) общение по правилам и нормам;

@63.

Что такое коммуникативные барьеры:

\$A) отсутствие знаковой системы;

\$B) отсутствие сообщения;

\$C) блокировка информации;

\$D) Это то, что препятствует эффективной коммуникации и блокирует ее;

\$E) незнание иностранных языков;

@64.

Языковой барьер это:

- \$A) существенное различие словарного запаса, лексикона коммуникатора и коммуниканта;
- \$B) граница между народами;
- \$C) граница между государствами;
- \$D) словарный запас;
- \$E) пассивность коммуникатора;

@65.

Что такое вербальная коммуникация:

- \$A) взаимодействие систем знаков;
- \$B) словесное взаимодействие сторон и осуществляется с помощью знаковых систем, главной среди которых является язык;
- \$C) обмен символами;
- \$D) сочетание слов в предложении;
- \$E) передача сообщения через слова;

@66.

В зависимости от направленности речевого потока при коммуникации выделяют:

- \$A) полифоническую;
- \$B) диалогическую и монологическую;
- \$C) моногамную;
- \$D) ассоциативную;
- \$E) экспрессивную;

@67.

Что такое массовая информация:

- \$A) слухи, сплетни, передаваемые через телевидение;
- \$B) новости политического характера;
- \$C) информация, получаемая из масс;
- \$D) это социальная информация, передаваемая широким аудиториям, рассредоточенным во времени и пространстве с помощью искусственных каналов;
- \$E) экономические новости;

@68.

Массовая культура это:

- \$A) культура, рожденная в народе;
- \$B) культура потребления еды;
- \$C) это сложный социальный феномен XX века, представляющий собой особый тип производства и потребления культурных ценностей, характерный для массового общества;
- \$D) культура ношения одежды;
- \$E) культура оформления интерьеров;

@69.

Перечислите уровни массовой культуры:

- \$A) низкопробный;
- \$B) художественный;
- \$C) Кич-культура, мид-культура, арт-культура;
- \$D) искусственный;
- \$E) посредственный;

@70.

Что такое межкультурная коммуникация:

- \$A) Особая форма коммуникации различных культур, обмен информацией и культурными ценностями;
- \$B) Межгрупповое общение;
- \$C) Связь между народами;
- \$D) Передача ценностей;
- \$E) Взаимовлияние культур;

@71.

Какая организация в каком году учредила Международную программу развития коммуникации (МПК):

- \$A) ЮНЕСКО, 1980г.;
- \$B) ООН, 2001г.;
- \$C) ЮНИСЕФ, 1998г.;
- \$D) ОБСЕ, 1996г.;
- \$E) ЮНИФЕМ, 2002 г.;

@72.

Что такое политическая реклама:

- \$A) пиар биографий государственных чиновников;
- \$B) реклама специальной литературы;
- \$C) вид наглядной агитации;
- \$D) реклама, направленная на изменение политического поведения общества или его части в условиях политического выбора;
- \$E) вид торговой марки;

@73.

Назовите жанры журналистики:

- \$A) Информационные, аналитические, художественно-публицистические;
- \$B) элегические;
- \$C) художественные;
- \$D) сатирические;
- \$E) научно-популярные;

@74.

Что такое аналитический жанр:

- \$A) жанр с криминальной основой;
- \$B) жанр с фантастической составляющей;
- \$C) комедия и юмор;
- \$D) вид художественного искусства;
- \$E) Это широкое полотно фактов, которые трактуются, обобщаются, служат материалом для постановки определенной проблемы и ее всестороннего рассмотрения и истолкования;

@75.

Что такое художественно-публицистический жанр:

- \$A) изображение жизни художников;
- \$B) отображение голого факта;
- \$C) конкретный документальный факт отходит на второй план;
- \$D) жанр, где на первый план выходят приключения;
- \$E) репортаж;

@76.

Назовите основные функции политической рекламы:

- \$A) экономическая, просветительская;
- \$B) коммуникационная, информационная, идеологическая;
- \$C) развлекательная, коммуникационная;
- \$D) культурно-развлекательная;
- \$E) социальная, коммерческая;

@77.

На какие сферы психики оказывают влияние СМИ как средство массовой коммуникации:

- \$A) чувство и эмоции;
- \$B) потребностно-мотивационную, интеллектуально-познавательную, эмоционально-волевою сферу, коммуникативно-поведенческую;
- \$C) рациональную;
- \$D) познавательную;
- \$E) коммуникативно-поведенческую;

@78.

Тип общественного сознания, совокупность различных взглядов, представлений, настроений, социальных чувств и эмоций это:

- \$A) психологическое состояние общества;
- \$B) массовое сознание;
- \$C) религиозно-философское мировоззрение;
- \$D) социально-политическое мировоззрение;
- \$E) ментальность;

@79.

Какой вид массовой коммуникации называют «Четвертой властью»:

- \$A) журналистика;
- \$B) глобальная сеть;
- \$C) телевизионные каналы;
- \$D) кинематограф;
- \$E) всемирная паутина;

@80.

Интернет это:

- \$A) телевизионный канал;
- \$B) компьютерная игра;
- \$C) телеграфная связь;
- \$D) интерактивное телевидение;
- \$E) всемирная паутина, глобальное информационное пространство;

@81.

Перечислите основные способы отображения в журналистике:

- \$A) фактографический, аналитический, наглядно-образный;
- \$B) эмпирический, теоретический;
- \$C) театральный, драматичный;
- \$D) практический, наглядно-образный;
- \$E) театральный, художественный;

@82.

Информация, распространяемая в любой форме при помощи любых правомерных или неправомерных средств о фирме, бренде, товаре, услуге и т.д. – это:

- \$A) Телевидение;
- \$B) радио;
- \$C) реклама;
- \$D) музыка;
- \$E) СМИ;

@83.

В каком году появился Интернет:

- \$A) 12 апреля 1989г.;
- \$B) 17 июня 1991г.;
- \$C) 27 февраля 1992г.;
- \$D) 1 января 1987 г.;
- \$E) 4 мая 1983г.;

@84.

Что означает слово «Реклама»:

- \$A) продавать;
- \$B) покупать;
- \$C) выкрикивать;
- \$D) предлагать;
- \$E) навязывать;

@85.

Когда зародилась реклама:

- \$A) 20 век;
- \$B) 17 век;
- \$C) эпоха Возрождения;
- \$D) 1 в. н. э.;
- \$E) 5 в. до н. э.;

@86.

Виды некоммерческой рекламы:

- \$A) Товарная реклама и нетоварная реклама;
- \$B) политическая, социальная и конфессиональная;
- \$C) социальная реклама;
- \$D) реклама территории и реклама событий;
- \$E) политическая реклама;

@87.

Слово «информация» означает:

- \$A) передача;
- \$B) мера определенности в сообщении;
- \$C) текст;
- \$D) представление;
- \$E) символы и жесты;

@88.

Теорию информации связывают с исследованием:

- \$A) К. Шеннон;
- \$B) А. Бергсон;
- \$C) К. Ясперс;
- \$D) Г. Маркузе;
- \$E) Э. Фромм;

@89.

Назовите формы информации:

- \$A) жидкая;
- \$B) воздушная;
- \$C) газообразная;
- \$D) рисунок, текст, фотография, знак;
- \$E) плазма;

@90.

Предметы, явления материального и нематериального свойства называют:

- \$A) усеченный объект;
- \$B) информационный объект;
- \$C) инопланетный объект;
- \$D) научный объект;
- \$E) медицинский объект;

@91.

Что называют «информационные процессы»:

- \$A) создавать, использовать, передавать, хранить информации;
- \$B) сигнализировать;
- \$C) механизировать;
- \$D) декорировать информацию;
- \$E) коллекционировать;

@92.

Назовите свойства, признаки информации:

- \$A) монотонность;
- \$B) достоверность, полнота, ценность;
- \$C) недоступность;
- \$D) бесполезность;
- \$E) многословность;

@93.

Как называются идеи человечества и указания по их реализации:

- \$A) информационные ресурсы;
- \$B) энергетические ресурсы;
- \$C) минеральные ресурсы;
- \$D) трудовые ресурсы;
- \$E) природные ресурсы;

@94.

Что входит в информационные ресурсы:

- \$A) полезные ископаемые;
- \$B) книги, статьи, патенты, научные документы;
- \$C) трудовые резервы;

- \$D) энергетические объекты;
- \$E) продовольственные законы;

@95.

Совокупность методов и устройств для обработки информации называются:

- \$A) информационные ресурсы;
- \$B) информационное общество;
- \$C) информационное образование;
- \$D) информационная культура;
- \$E) информационные технологии;

@96.

Функции общественного мнения:

- \$A) образовательная;
- \$B) развлекательная;
- \$C) результативно-воспитательная;
- \$D) коммерческая;
- \$E) релаксационная;

@97.

В формировании общественного мнения большая роль принадлежит:

- \$A) СМИ;
- \$B) органам власти;
- \$C) коммерческим структурам;
- \$D) промышленным объектам;
- \$E) органам образования;

@98.

Термин, означающий многообразие интересов, позиций, взглядов:

- \$A) плюрализм;
- \$B) инструментализм;
- \$C) полифонизм;
- \$D) индивидуализм;
- \$E) инакомыслие;

@99.

Ряд произведений, посвященных актуальным проблемам и событиям текущей жизни называется:

- \$A) проза;
- \$B) эпос;
- \$C) лирика;
- \$D) публицистика;
- \$E) сатира;

@100.

Какое из нижеперечисленных произведений относится к публицистике:

- \$A) рассказ;
- \$B) юмореска;
- \$C) очерк;
- \$D) новелла;
- \$E) поэма;

@101.

Характеристика очерка:

- \$A) историзм;
- \$B) художественная образность;
- \$C) документализм, типичность, настоящее время;
- \$D) лиризм;
- \$E) прозаизм;

@102.

По предмету отображения очерк различается:

- \$A) портретный, проблемный, путевой;
- \$B) комедийный, юмористический;
- \$C) лирический;
- \$D) прозаический;
- \$E) эпический.

@103.

Разновидности очерки:

- \$A) социальный, производственный, экономический;
- \$B) сатирический
- \$C) новеллистический;
- \$D) экономически-просветительский;
- \$E) социально-культурный;

@104.

Фельетон – это:

- \$A) произведение с лирическим героем;
- \$B) произведение периодики с осмыслением негативного социального явления;
- \$C) произведение на историческом материале;
- \$D) произведение с былинным героем;
- \$E) произведение развлекательного характера;

@105.

В какой стране появился впервые фельетон:

- \$A) Россия;
- \$B) Англия;
- \$C) Германия;
- \$D) Франция;
- \$E) Италия;

@106.

Что в переводе с французского означает слово «фельетон»:

- \$A) мода;
- \$B) листок;
- \$C) бумага;
- \$D) номер;
- \$E) информация;

@107.

Что такое Интернет:

- \$A) телевизионный канал;
- \$B) всемирная система добровольно объединённых компьютерных сетей;

- \$C) компьютерная игра;
- \$D) интерактивное телевидение;
- \$E) телеграфная связь;

@108.

Назовите основные элементы «Экранной культуры»:

- \$A) вербальная культура, кинокультура;
- \$B) компьютерная культура;
- \$C) изобразительная культура, телекультура;
- \$D) техногенная культура, культура поведения;
- \$E) кинокультура, телекультура и компьютерная культура;

@109.

Система информационно-коммуникационных средств, выработанных человечеством в процессе культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и социализации личности это:

- \$A) медиаккультура;
- \$B) массовая культура;
- \$C) элитарная культура;
- \$D) культурная политика;
- \$E) информационная культура;

@110.

Когда началось в Москве электронное вещание:

- \$A) 10 апреля 1940г.;
- \$B) 10 марта 1939г.;
- \$C) 12 сентября 1935г.;
- \$D) 06 декабря 1932г.;
- \$E) 07 ноября 1930г.;

@111.

Где был принят первый в мире стандарт цветного телевидения с последовательной передачей цвета:

- \$A) СССР;
- \$B) США;
- \$C) Великобритания;
- \$D) Англия;
- \$E) Франция;

@112.

На заре развития телевидения для записи использовалась технология -

- \$A) видеозаписи;
- \$B) фотоэффекты;
- \$C) кинорегистрации изображения;
- \$D) фотографирования;
- \$E) электронная память;

@113.

Кем было установлено «Всемирный день телевидение»:

- \$A) ЮНЕСКО;
- \$B) ООН;
- \$C) ЮНИСЕФ;

- \$D) ОБСЕ;
- \$E) ЮНИФЕМ;

@114.

Какого числа вышла в эфир первая телевизионная программа по каналу «Телевидение Сафина»:

- \$A) 9-го сентября 1991 года;
- \$B) 3-го сентября 2005 года;
- \$C) 27-го февраля 2009 года;
- \$D) 12-го апреля 1997 года;
- \$E) 4-го мая 2000 года;

@115.

Когда было создано телевидение «Бахористон»:

- \$A) 1 января 2001 года;
- \$B) 21 марта 1999 года;
- \$C) 1 мая 2002 года;
- \$D) 4 сентября 2006 года;
- \$E) 18 ноября 2005 года;

@116.

Когда была учреждена Государственное учреждение «Джахоннамо»:

- \$A) 17 апреля 1995 года;
- \$B) 1 апреля 2003 года;
- \$C) 31 октября 2008 года;
- \$D) 19 ноября 2010 года;
- \$E) 31 декабря 2011 года;

@117.

Когда был открыт телеканал «ТВТ» в Таджикистане:

- \$A) 2000 г.;
- \$B) 1959г.;
- \$C) 2007 г.;
- \$D) 2009 г.;
- \$E) 2011 г.;

@118.

Что означает слово «имидж»:

- \$A) образ;
- \$B) форма;
- \$C) изображение;
- \$D) мода;
- \$E) фон;

@119.

Внутренние составляющие имиджа это:

- \$A) жесты и мимика;
- \$B) одежда, прическа;
- \$C) жесты и мимика, профессиональный интерес;
- \$D) менталитет, профессиональный интерес;
- \$E) прическа, модная одежда;

@120.

К внешним составляющим имиджа относятся:

- \$A) менталитет, знание;
- \$B) профессиональный интерес, знание иностранных языков;
- \$C) одежда, прическа, мимика, позы, жесты;
- \$D) социальный статус в обществе;
- \$E) модная одежда, красивая шляпа;

@121.

Этуаль – это:

- \$A) амплуа актрисы, исполняющей роли знатных дам;
- \$B) актриса развлекательного жанра;
- \$C) торжественная завершающая массовая сцена спектакля или праздничной концертной программы;
- \$D) постановщик спектаклей, на основе собственного замысла создает новую сценическую реальность, объединяя работу актеров, художника, композитора;
- \$E) драматическое произведение;

@122.

Резонер – это:

- \$A) актриса развлекательного жанра;
- \$B) амплуа актера, высказывающего нравоучительные суждения;
- \$C) постановщик спектаклей, на основе собственного замысла создает новую сценическую реальность, объединяя работу актеров, художника, композитора;
- \$D) амплуа актрисы, исполняющей роли знатных дам;
- \$E) постановщик спектакля;

@123.

Статист – это:

- \$A) постановщик спектаклей, на основе собственного замысла создает новую сценическую реальность, объединяя работу актеров, художника, композитора;
- \$B) амплуа актрисы, исполняющей роли знатных дам;
- \$C) актриса развлекательного жанра;
- \$D) актер массовки, исполняющий роль без слов;
- \$E) все ответы неверны, кроме B;

@124.

Травести – это:

- \$A) амплуа актрисы, исполняющей роли подростков;
- \$B) актер массовки, исполняющий роль без слов;
- \$C) амплуа актрисы, исполняющей роли знатных дам;
- \$D) актриса развлекательного жанра;
- \$E) вид площадной драмы;

@125.

Фат – это:

- \$A) амплуа актера, играющего эффектных, самовлюбленных и ограниченных людей (преимущественно молодых);
- \$B) актер массовки, исполняющий роль без слов;
- \$C) амплуа актрисы, исполняющей роли знатных дам;
- \$D) актриса развлекательного жанра;
- \$E) актерский ансамбль;

@126.

Что такое ракурс?

\$A) связь, сорасположение предметов в кадре, их объединение в единое образное целое в соответствии с общими идейно-эстетическими задачами данного эпизода и всего фильма в целом;

\$B) точка зрения камеры, создаваемая путем наклона или подъема оптической оси аппарата при съемке;

\$C) активные средства пластической художественной характеристики персонажей, атмосферы действия, развития событий;

\$D) способ художественной организации экранного пространства и времени;

\$E) это образное отображение жизненного пространства, запечатленного кинокамерой с использованием выразительных средств языка кино;

@127.

Что такое кадр?

\$A) относительный масштаб изображения;

\$B) изображение головы человека;

\$C) разновидность крупного плана, на котором сняты какие-либо предметы или объекты;

\$D) первичный художественный элемент фильма – имеет планы, ракурсы, композицию;

\$E) это образное отображение жизненного пространства, запечатленного кинокамерой с использованием выразительных средств языка кино;

@128.

Что такое композиция кадра?

\$A) это изображение предмета или явления, фиксированное на пленке, и возникающая или движущаяся на экране картина;

\$B) относительный масштаб изображение в кадре;

\$C) это образное отображение жизненного пространства, запечатленного кинокамерой с использованием выразительных средств языка кино;

\$D) изображение головы человека;

\$E) связь, сорасположение предметов в кадре, их объединение в единое образное целое в соответствии с общими идейно-эстетическими задачами данного эпизода и всего фильма в целом;

@129.

Драматургическая условность (драматургия фильма) – это:

\$A) психофизические, стилистические, технические особенности игры киноактера;

\$B) фабула, сюжет, драматический конфликт, внутрикадровая речь, появление автора в кадре, разные формы авторского обращения с кинематографическим пространством и временем;

\$C) включенность музыки, слова и шумов в звукозрительный образ, использование в фильме законов ритма, темпа, гармонии, полифонии, контрапункта;

\$D) пластическое решение кадра, сцены, эпизода и всего фильма при помощи плана, ракурса, композиции, света, цвета, позволяющих создать особое экранное художественное пространство - время;

\$E) условия для создания визуального продукта;

@130.

Актерско-исполнительская условность – это:

\$A) включенность музыки, слова и шумов в звукозрительный образ;

\$B) фабула, сюжет, драматический конфликт, внутрикадровая речь;

\$C) психофизические, стилистические, технические особенности игры киноактера;

\$D) пластическое решение кадра, сцены, эпизода и всего фильма при помощи плана, ракурса, композиции, света, цвета, позволяющих создать особое экранное художественное пространство - время;

\$E) визуальный ряд в кино;

@131.

Музыкально-звуковая условность – это:

\$A) включенность музыки, слова и шумов в звукозрительный образ, использование в фильме законов ритма, темпа, гармонии, полифонии, контрапункта;

\$B) фабула, сюжет, драматический конфликт, внутрикадровая речь, появление автора в кадре, разные формы авторского обращения с кинематографическим пространством и временем;

\$C) пластическое решение кадра, сцены, эпизода и всего фильма при помощи плана, ракурса, композиции, света, цвета, позволяющих создать особое экранное художественное пространство - время;

\$D) психофизические, стилистические, технические особенности игры киноактера;

\$E) запись оркестровых инструментов;

@132.

Изобразительно-композиционная условность – это:

\$A) фабула, сюжет, драматический конфликт, внутрикадровая речь, появление автора в кадре, разные формы авторского обращения с кинематографическим пространством и временем

\$B) включенность музыки, слова и шумов в звукозрительный образ, использование в фильме законов ритма, темпа, гармонии, полифонии, контрапункта;

\$C) психофизические, стилистические, технические особенности игры киноактера;

\$D) пластическое решение кадра, сцены, эпизода и всего фильма при помощи плана, ракурса, композиции, света, цвета, движения камеры, монтажа, звукозрительного контрапункта, позволяющих создать особое экранное художественное пространство - время;

\$E) выразительные средства;

@133.

Что такое план?

\$A) относительный масштаб изображения в кадре;

\$B) изображение головы человека;

\$C) изображение человека на фоне среды (по колено или в рост);

\$D) показ широкого пространства действия на натуре или в интерьере;

\$E) панорама;

@134.

Что такое крупный (портретный) план?

\$A) показ широкого пространства действия на натуре или в интерьере;

\$B) изображение человека на фоне среды (по колено или в рост);

\$C) изображение головы человека, наиболее сильное средство передачи душевного состояния героя;

\$D) относительный масштаб изображения в кадре;

\$E) экономическое задание;

@135.

Что такое деталь?

\$A) разновидность крупного плана, на котором сняты какие-либо предметы или объекты;

- \$B) показ широкого пространства действия на природе или в интерьере, куда может быть вписана фигура человека или массовая сцена;
- \$C) изображение человека на фоне среды (по колени или в рост);
- \$D) показ широкого пространства действия на природе или в интерьере;
- \$E) часть кинооборудования;

@136.

Что такое киноповесть?

- \$A) эпический жанр, средний по объему, соединяющий черты драмы и повести;
- \$B) малый эпический жанр, в сжатой, конденсированной форме показывающий развитие событий и раскрытие характера героя в острых драматических ситуациях;
- \$C) лироэпический жанр кино, для которого характерно высокое по строю поэтическое повествование любовно-лирического, героико-романтического или философского склада;
- \$D) лирико-поэтический киножанр, основанный на фольклорных преданиях;
- \$E) жанр кино, основанный на традициях народного устнопоэтического творчества;

@137.

Что такое киноновелла?

- \$A) лироэпический жанр кино, для которого характерно высокое по строю поэтическое повествование любовно-лирического, героико-романтического или философского склада;
- \$B) лирико-поэтический киножанр, основанный на фольклорных преданиях;
- \$C) эпический жанр, средний по объему, соединяющий черты драмы и повести;
- \$D) малый эпический жанр, в сжатой, конденсированной форме показывающий развитие событий и раскрытие характера героя в острых драматических ситуациях;
- \$E) жанр кино, основанный на традициях народного устнопоэтического творчества;

@138.

Что такое кинобаллада?

- \$A) лироэпический жанр кино, для которого характерно высокое по строю поэтическое повествование любовно-лирического, героико-романтического или философского склада;
- \$B) жанр кино, основанный на традициях народного устнопоэтического творчества;
- \$C) эпический жанр, средний по объему, соединяющий черты драмы и повести;
- \$D) лирико-поэтический киножанр, основанный на фольклорных преданиях;
- \$E) литературная основа фильмов;

@139.

Что такое кинолегенда?

- \$A) лирико-поэтический киножанр, основанный на фольклорных преданиях;
- \$B) жанр кино, основанный на традициях народного устнопоэтического творчества;
- \$C) лироэпический жанр кино, для которого характерно высокое по строю поэтическое повествование любовно-лирического, героико-романтического или философского склада;
- \$D) эпический жанр, средний по объему, соединяющий черты драмы и повести;
- \$E) музыкальный жанр;

@140.

Когда появился театр в Таджикистане?

- \$A) 1917 г.;
- \$B) 1929 г.;
- \$C) 1931 г.;
- \$D) 1937 г.;
- \$E) 1941 г.;

@141.

В каком году появился образ Бэтмэна?

- \$A) 1931 г.;
- \$B) 1938 г.;
- \$C) 1940 г.;
- \$D) 1942 г.;
- \$E) 1947 г.;

@142.

Что такое Байопик?

- \$A) фильмы о войне;
- \$B) фильмы, стремящиеся создать у зрителя ощущение напряженного переживания, волнения, предчувствие неразрешаемых ужасных событий;
- \$C) биографический;
- \$D) географический;
- \$E) исторический;

@143.

Кто из художников придумал Супермэна в комиксах?

- \$A) Д. Делакорд;
- \$B) Р. Аутколд;
- \$C) Джо Шустер;
- \$D) Стен Ли-Ли;
- \$E) Стив Дидко;

@144.

Что такое детективный фильм?

- \$A) жанр, в котором расследуется преступление;
- \$B) жанр, герои которого попадают в приключенческие истории;
- \$C) фильмы, стремящиеся создать у зрителя ощущение напряженного переживания, волнения, предчувствие неразрешаемых ужасных событий;
- \$D) фильмы о войне;
- \$E) географический;

@145.

В каком году в Таджикистане родилось киноискусство?

- \$A) 1924 г.;
- \$B) 1929 г.;
- \$C) 1931 г.;
- \$D) 1935 г.;
- \$E) 1939 г.;

@146.

Первым таджикским кинорежиссером был:

- \$A) К. Ярматов;
- \$B) Б. Кимиагаров;
- \$C) Т. Сабиров;
- \$D) Б. Худойназаров;
- \$E) Е. Кузин;

@147.

Первой таджикской киноактрисой была:

- \$A) Т. Фазилова;

- \$B) Г. Бакиева;
- \$C) Д. Касимова;
- \$D) С. Туйбаева;
- \$E) М. Исаева;

@148.

Как назывался первый фильм, снятый по произведениям А. Фирдоуси?

- \$A) Рустам и Сухроб;
- \$B) Сказание о Сиявуше;
- \$C) Сказание о Рустаме;
- \$D) Знамя кузнеца;
- \$E) Смерть ростовщика;

@149.

Каким искусством является кино?

- \$A) пространственным;
- \$B) временным;
- \$C) пространственно-временным;
- \$D) изобразительным;
- \$E) традиционным;

@150.

Что такое монтаж?

- \$A) воссоединение отдельных кадров, сцен эпизодов по смыслу
- \$B) механическая склейка киноплёнки;
- \$C) высшая точка развития кинофильма;
- \$D) вступление к основному действию;
- \$E) сюжетный поворот;

@151.

В каком году появился первый русский фильм?

- \$A) 1910 г.;
- \$B) 1898 г.;
- \$C) 1908 г.;
- \$D) 1904 г.;
- \$E) 1900 г.;

@152.

Назовите первый русский полнометражный фильм:

- \$A) Понизовая вольница;
- \$B) Иван Грозный;
- \$C) Оборона Севастополя;
- \$D) Граф Лёв Толстой;
- \$E) Путевка в жизнь;

@153.

В каком году Ч. Чаплин получил премию «Оскара»?

- \$A) 1929 г.;
- \$B) 1934 г.;
- \$C) 1950 г.;
- \$D) 1946 г.;
- \$E) 1972 г.;

@154.

Назовите жанры, на которых держится американское кино:

- \$A) трагедия, боевик, эротика;
- \$B) триллер, мюзикл, драма;
- \$C) мелодрама, вестерн, комедия;
- \$D) мелодрама, фэнтези, комедия;
- \$E) трагедия, фэнтези, триллер;

@155.

Назовите виды кино:

- \$A) документальное, игровое, мультипликационное, научно-популярное;
- \$B) научно-популярное, историческое, биографическое;
- \$C) учебное, приключенческое, мультипликационное;
- \$D) игровое, историческое, документальное;
- \$E) биографическое, учебное, научно-популярное;

@156.

Документальное кино:

- \$A) основано на образном отражении реальных героев и событий действительности;
- \$B) популяризирует научные знания средствами искусства;
- \$C) фиксирует реальность;
- \$D) изучает общие научные, технические дисциплины;
- \$E) показывает активных героев в жизни;

@157.

Мультипликационное кино:

- \$A) фиксирует реальность;
- \$B) изучает общие научные, технические дисциплины;
- \$C) оживление рисованных композиций;
- \$D) основано на образном отражении реальных героев и событий действительности;
- \$E) показывает активных героев в жизни;

@158.

Научно-популярное кино:

- \$A) основано на образном отражении реальных героев и событий действительности;
- \$B) изучает общие научные, технические дисциплины;
- \$C) показывает активных героев в жизни;
- \$D) популяризирует научные знания средствами искусства;
- \$E) фиксирует реальность;

@159.

Игровое кино:

- \$A) показывает активных героев в жизни;
- \$B) в основе лежит актерская игра;
- \$C) популяризирует научные знания средствами искусства;
- \$D) основано на образном отражении реальных героев и событий действительности;
- \$E) изучает общие научные, технические дисциплины;

@160.

Что такое Интернет?

- \$A) телевизионный канал;

- \$B) всемирная система добровольно объединённых компьютерных сетей;
- \$C) компьютерная игра;
- \$D) интерактивное телевидение;
- \$E) телеграфная связь;

@161.

В каком году появился Интернет?

- \$A) 12 апреля 1989 г.;
- \$B) 17 июня 1991 г.;
- \$C) 27 февраля 1992 г.;
- \$D) 1 января 1983 г.;
- \$E) 4 мая 1983 г.;

@162.

Что такое компьютерная игра?

- \$A) программа, обучающая креативному мышлению;
- \$B) программа из учебного процесса школьников;
- \$C) программа, служащая для организации игрового процесса;
- \$D) программа, содержащее энциклопедические знания;
- \$E) программа, обучающая технологиям;

@163.

Когда появились компьютерные игры?

- \$A) 1840-х и 1860-х годах;
- \$B) 1890-х и 1900-х годах;
- \$C) 1920-х и 1930-х годах;
- \$D) 1930-х и 1940-х годах;
- \$E) 1950-х и 1960-х годах;

@164.

Головоломка – это:

- \$A) телевизионная передача;
- \$B) социальная сеть;
- \$C) жанр кино;
- \$D) театральное объединение;
- \$E) игра, состоящая из решения различных логических задач;

@165.

Назовите выразительные средства визуальной культуры:

- \$A) литературный сценарий;
- \$B) звук;
- \$C) ракурс, монтаж;
- \$D) объем;
- \$E) пространство;

@166.

Телевидение – это:

- \$A) комплекс устройств для передачи движущего изображения и звука на расстоянии;
- \$B) способ кодирования информации о цвете при цветном телевидении;
- \$C) система передачи телевизионного сигнала;
- \$D) комплекс кодирования и передача информации;
- \$E) всемирная система добровольно объединённых компьютерных сетей;

@167.

Когда началось в Москве электронное вещание?

- \$A) 10 апреля 1940г.;
- \$B) 10 марта 1939г.;
- \$C) 12 сентября 1935г.;
- \$D) 06 декабря 1932г.;
- \$E) 07 ноября 1930г.;

@168.

Где был принят первый в мире стандарт цветного телевидения с последовательной передачей цвета?

- \$A) СССР;
- \$B) США;
- \$C) Великобритания;
- \$D) Англия;
- \$E) Франция;

@169.

На заре развития телевидения для записи использовалась технология:

- \$A) видеозаписи;
- \$B) фотоэффекты;
- \$C) кинорегистрации изображения;
- \$D) фотографирования;
- \$E) электронная память;

@170.

Кем было установлено «Всемирный день телевидение»?

- \$A) ЮНЕСКО;
- \$B) ООН;
- \$C) ЮНИСЕФ;
- \$D) ОБСЕ;
- \$E) ЮНИФЕМ;

@171.

В каком году во Франции и СССР был утвержден стандарт SECAM цветного телевидения?

- \$A) 1929г.;
- \$B) 1937г.;
- \$C) 1947г.;
- \$D) 1950г.;
- \$E) 1967г.;

@172.

Кого из этих режиссеров называют основателем «неореализма»?

- \$A) Л. Висконьти;
- \$B) Ф. Феллини;
- \$C) Ф. Копала;
- \$D) Р. Росселини;
- \$E) В. Десиго;

@173.

Перипетии – это:

- \$A) завершающий эпизод фильма;
- \$B) эпизод, следующий после кульминации и показывающий итог развития конфликта;
- \$C) момент первого обнаружения или столкновения оппозиций, проявляющихся в драматическом конфликте;
- \$D) высшая точка развития драматического конфликта;
- \$E) сюжетные повороты действия, в которых борьба идет с попеременным успехом в пользу одной или другой противоборствующей стороны;

@174.

Кульминация – это:

- \$A) момент первого обнаружения или столкновения оппозиций, проявляющихся в драматическом конфликте;
- \$B) высшая точка развития драматического конфликта, в которой происходит решающее столкновение антагонистических позиций, противостоящих сил;
- \$C) эпизод, следующий после кульминации и показывающий итог развития конфликта;
- \$D) сюжетные повороты действия, в которых борьба идет с попеременным успехом в пользу одной или другой противоборствующей стороны;
- \$E) завершающий эпизод фильма;

@175.

Как называется фильм, за который С. Изенштейн получил ленинскую премию?

- \$A) Октябрь;
- \$B) Броненосец Потемкин;
- \$C) Земля;
- \$D) Ленин в Октябре;
- \$E) Иван Грозный;

@176.

Основоположник русской драматургии – это:

- \$A) В.К. Туркин;
- \$B) Ю.Н. Тынянов;
- \$C) Е.И. Габрилович;
- \$D) Г.Ф. Шпаликов;
- \$E) Л.Е. Шепитько;

@177.

Что такое мистерия?

- \$A) музыкально-сценическое произведение, главным образом комедийного характера;
- \$B) драматическое произведение, исполняемое одним;
- \$C) жанр средневекового западноевропейского религиозного театра;
- \$D) жанр театральных спектаклей, в которых для фантастических сцен применяются постановочные эффекты;
- \$E) опера, пантомима или балет, сюжет которых связан с идеализированным изображением пастушеской жизни;

@178.

Художник – постановщик:

- \$A) создает выразительный образ персонажей посредством одежды героев;
- \$B) первые художники кино;
- \$C) снимающий фильм при помощи кинокамеры;
- \$D) организует пространственную материальную среду фильма;
- \$E) создает образы рисованных или объемных персонажей;

@179.

Кинооператор:

- \$A) кинематографист, снимающий фильм при помощи кинокамеры, соединяющий творческие и технические задачи при создании художественного образа фильма;
- \$B) создает образы рисованных или объемных персонажей;
- \$C) создает выразительный образ персонажей посредством одежды героев;
- \$D) первые художники кино;
- \$E) организует пространственную материальную среду фильма;

@180.

Эпопея:

- \$A) жанр масштабного, эпического охвата переломных событий истории, где действующими силами являются народные массы, вершащие свою судьбу;
- \$B) экранное повествование о крупных исторических событиях;
- \$C) многоплановая полифоническая композиция;
- \$D) жанр, средний по объему, соединяющий черты драмы;
- \$E) жанр, в сжатой, конденсированной форме;

Критерии оценки:

- оценка **«отлично» (90-100 баллов)** выставляется студенту, если:
 - демонстрирует глубокого понимания материала;
 - правильно решил все или почти все заданий;
 - не допустил ошибок или допустил незначительные ошибки, которые не влияют на общий результат.
- оценка **«хорошо» (75-99 баллов)**:
 - демонстрирует хорошее знание материала;
 - правильно решил большинство заданий;
 - допустил отдельные незначительные ошибки.
- оценка **«удовлетворительно» (50-74 баллов)**:
 - демонстрирует базовое знание материала;
 - правильно решил часть заданий;
 - допустил ошибки, но они не являются критическими.
- оценка **«неудовлетворительно» (0-49 баллов)**:
 - демонстрирует недостаточное знание материала;
 - неправильно решил большинство заданий;
 - допустил грубые ошибки, свидетельствующие о непонимании основных понятий.

Составитель:  С.А. Азизова

« 22 » августа 2024 г.