

**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»  
«28» августа 2025 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 - 2025**

# ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине: «Культура массовых коммуникаций»

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

|   |                                                                                            |                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                          |    |                                                     |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----------------------------------------------------|
|   | методы исследований массовой коммуникации                                                  |                                                                                                                                                                   | <b>ИУК-3.3.</b><br>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<br>Презентация<br>Коллоквиум                 |
| 4 | Проблема массовости культуры и коммуникации в контексте современного техногенного общества | УК-3<br><b>ОПК-2</b><br>Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности | <b>ИУК-3.1.</b><br><b>ИОПК-2.1.</b><br>Использует основные возможности, предоставляемые современными информационно-коммуникационным и технологиями для решения стандартных задач профессиональной деятельности с учетом основных требований информационной безопасности. | 12 | Доклад<br>Презентация<br>Коллоквиум                 |
| 5 | Структурные элементы системы массовой коммуникации                                         | УК-3<br><b>ОПК-2</b>                                                                                                                                              | <b>ИУК-3.2.</b><br><b>ИОПК-2.2.</b><br>Способен применять информационно-коммуникационные технологии с учетом основных требований информационной безопасности в соответствии с поставленными задачами.                                                                    | 12 | Круглый стол<br>Доклад<br>Презентация<br>Коллоквиум |
| 6 | Жанры и их характеристика                                                                  | УК-3<br><b>ОПК-2</b>                                                                                                                                              | <b>ИУК-3.1.</b><br><b>ИОПК-2.1.</b>                                                                                                                                                                                                                                      | 12 | Круглый стол<br>Собеседование<br>Доклад             |

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

|    |                                                                     |                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |    |                                                                      |
|----|---------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                     |                       | социокультурными процессами и практиками, с сохранением и освоением культурного и природного наследия                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |    |                                                                      |
| 11 | Проблемы передачи и интерпретации сообщений в массовой коммуникации | УК-3<br>ОПК-2<br>ПК-1 | ИУК-3.3.<br>ИОПК-2.2.<br><b>ИПК-1.2.</b><br>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<br>Доклад<br>Презентация<br>Коллоквиум<br>Собеседование |

|        |                                                            |                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |     |                                                      |
|--------|------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|------------------------------------------------------|
| 12     | Понятие информации                                         | ОПК-2                 | ИОПК-2.3.<br>ИОПК-2.3.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 12  | Коллоквиум<br>Круглый стол<br>Доклад<br>Презентация  |
| 13     | Массовая коммуникация как социальное действие              | ОПК-2<br>ПК-1         | ИОПК-2.3.<br><b>ИПК-1.3.</b><br>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<br>Доклад<br>Презентация<br>Коллоквиум  |
| 14     | Медиа в системе отношений «рынок – государство - общество» | ОПК-2<br>ПК-1         | ИОПК-2.2.<br>ИОПК-2.3.<br>ИПК-1.2.<br>ИПК-1.3.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 12  | Доклад<br>Презентация<br>Коллоквиум<br>Собеседование |
| 15     | Роль масс-медиа в управлении сознанием                     | УК-3<br>ОПК-2<br>ПК-1 | ИУК-3.3.<br>ИОПК-2.3.<br>ИПК-1.3.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 12  | Доклад<br>Презентация<br>Коллоквиум<br>Собеседование |
| Всего: |                                                            |                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 180 |                                                      |

## ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

| №<br>п/п | Наименование<br>оценочного<br>средства | Характеристика оценочного средства                                                                                                                                                                                                                                                   | Представление<br>оценочного средства<br>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<br>дискуссионных тем<br>для проведения<br>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<br>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<br>темам/разделам УД,<br>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 задание полностью выполнено 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 её 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 презентации:**

Презентация создается по указанной теме. Объем презентации не менее 10 слайдов. Фон слайдов – однотонный. Выравнивание текста слева, заголовки – по центру.

Шрифт текста на слайде – 28-30 пт. Рекомендуется на слайде располагать рисунки или иллюстрации.

При создании презентации, можно использовать рекомендуемую литературу, так и ресурсы Интернет. При защите учитывается наглядность презентации, содержание и соответствие материала.

#### **Критерии оценки:**

- оценка «**отлично**» выставляется студенту, если задание полностью выполнено 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.

**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;
  - демонстрировал знания в объеме пройденной программы;
  - четко излагал учебный материал.
- оценка «**не зачтено**»:
  - 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.

**МОУ ВО «РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»**

**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;
- 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.

**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

«шутовство»;

\$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 послекоммуникативный;  
\$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 публичной деятельности, 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) телевидение, 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 вездесущности 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. Люмьер;  
\$E) А.Г. Белл;

@58.

Кто изобрел радиоприемник:

- \$A) А.С. Попов;
- \$B) Ж. Даггер;
- \$C) О. Люмьер;
- \$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) монологическую;
- \$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 (МПРК):

\$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) медиакультура;
- \$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 телевидения»:

- \$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 изображения 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 натуре или в интерьере, куда может быть вписана фигура человека или массовая сцена;  
\$C) изображение человека на фоне среды (по колено или в рост);  
\$D) показ широкого пространства действия на натуре 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 неразрешающихся 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 неразрешающихся 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. Сабилов;
- \$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 Леф 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 телевидения»?

\$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. Висконти;
- \$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;

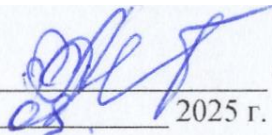
\$C) многоплановая полифоническая композиция;

\$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  
« 24 » \_\_\_\_\_ 2025 г.