

**Київський національний університет імені Тараса Шевченка**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
**Засіданням Вченої ради**  
**Інституту журналістики**  
**протокол № 7 від 29 січня 2018 р.**

**ПРОГРАМА ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ З ФАХУ**  
**для вступників на ОС «магістр»**  
**спеціальності 061 «Журналістика»**  
**освітня програма «Цифрові медіа»**

**Київ 2018**

Фахове вступне випробування для вступу на ОС «магістр» за освітньою програмою «Цифрові медіа» проводиться у вигляді тесту.

**Всього за фахове випробування можна отримати максимум 200 балів.**

Тест складається з 50 питань з варіантами відповідей. В одному питанні передбачено лише одну правильну відповідь, якщо іншого не обумовлено в питанні. Час, відведений на розв'язання тесту, не може перевищувати 60 хвилин. Правильна відповідь на одне запитання оцінюється в 4 бали.

Результат випробування обчислюється за формулою:

**кількість правильних відповідей \* 4 = максимум 100 балів.**

Перелік питань, які виносяться на тест, наведено у Додатку 1 до програми.

***Під час вступних випробувань абітурієнтам ЗАБОРОНЯЄТЬСЯ використовувати будь-які електронні засоби (диктофон, смартфон, медіаплеєр, планшет, смартвоч, ноутбук та ін.).***

Абітурієнт, який набрав менше 100 балів за фахове випробування не допускається до подальшої участі у конкурсі, відповідно до §4, розділ “Проведення вступних випробувань” п. 6. Правил прийому до Київського національного університету імені Тараса Шевченка у 2018 р.

**Перелік питань, які виносяться на тест  
(перша частина комплексного фахового випробування  
для вступу на освітню програму “Цифрові медіа”).**

1. Принципи роботи технологій WEB 1.0 і WEB2.0
2. Поняття домен, субдомен та доменна зона.
3. Поняття «хостинг».
4. Відмінності інтернет-сайтів від інтернет-порталів.
5. Поняття «спам», «флуд», «флейм».
6. Призначення і функціонал HTML і CSS.
7. Поняття URL , його структура.
8. Поняття «Цифрові медіа» («Digital Media»).
9. Визначення понять «медіа», «журналістика».
10. Тематична спрямованість сучасних українських цифрових медіа.
11. Основні характеристики аудиторії українських цифрових медіа.
12. Вимоги до інтернет-текстів та особливості їх сприйняття.
13. Основні характеристики традиційних журналістських жанрів в цифрових медіа («замітка», «репортаж», «інтерв'ю»).
14. Конвергенція жанрів в цифрових медіа.
15. Сторітелінг як формат цифрових медіа.
16. Поняття «новина», «факт», «дані».
17. Поняття фактчекінгу та верифікації даних.
18. Копірайтинг і рерайтинг у медіа, їх визначення і сфери застосування.
19. Нормативні та законодавчі документи, що регламентують діяльність медіа в Україні.
20. Специфіка роботи блогера і журналіста.
21. Складники айдентики медіа.
22. Колірні моделі, що застосовуються у веб-дизайні.
23. Основи типографіки: шрифт, інтерліньяж, засічки, кегль, трекінг.
24. Одиниці вимірювання розмірних характеристик шрифтів.
25. Векторна і растрова графіка. Специфіка, відмінність, особливості та тенденції використання в цифрових медіа.
26. Розуміння понять «прототип», «макет», «ескіз» сайту.
27. Композиція та дизайн медіа. Загальне уявлення.
28. Розуміння понять «конвергенція», «кросмедіа», «мультимедіа».

29. Риси мультимедійної цифрової журналістики у культурному контексті суспільства.
30. Своєрідність мультимедійності, інтерактивності, кросплатформності.
31. Сфери застосування технології геотаргетингу.
32. Поняття віртуальної і доповненої реальності.
33. Походження і значення терміну «подкастинг».
34. Відмінність понять «лендінг» і «лонгрід».
35. Завдання SEO (Search Engine Optimization) в цифрових медіа.
36. Поняття SMM (Social Media Marketing).
37. Різновиди навігаційних інструментів в цифрових медіа.
38. Визначення поняття «монетизація» в цифрових медіа.
39. Типи користувацьких інтерфейсів.
40. Поняття «стартап».
41. Роль соціальних мереж у поширенні новинного контенту.
42. Функції та різновиди систем управління контентом (CMS).
43. Статичні та динамічні веб-сайти.
44. Призначення і сервіси веб-аналітики.
45. Поняття «хмарні технології».
46. Сутність концепції Вікі-технології.
47. Принципова відмінність понять «стрім» і «онлайн».
48. Поняття гіперлокальних медіа, їх функції та видова характеристика.
49. Поняття новинних агрегаторів, їх значення в структуруванні і споживанні інформації.
50. Персоналізація контенту в цифрових медіа.
51. Структурування тексту в цифрових медіа.
52. Мова і стиль цифрових медіа.
53. Форматування текстового матеріалу в цифрових медіа.
54. Ілюстрування текстового матеріалу в цифрових медіа.
55. Методи підвищення активності аудиторії в цифрових медіа.
56. Поняття користувацького контенту (User-generated content).
57. Поняття та різновиди модерації.
58. Пошук за ключовими словами в цифрових медіа.
59. Перепрофілювання матеріалу для цифрових медіа.
60. Поняття «фреймворку» в веб-дизайні.
61. Поняття адаптивного (Responsive) веб-дизайну, його мета та основні принципи.
62. Візуалізація в цифровому середовищі.

63. Своєрідність організації роботи віртуальної новинної редакції.
64. Способи уникнення інформаційного перевантаження.
65. Стандартні сервіси на вхідній сторінці новинного ресурсу.

## Література для підготовки до випробування

1. Вербовий Р. М. Гіперлокальні медіа як різновид ЗМІ: визначення поняття, функції, видова характеристика // Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки. 2015. № 2 (41). - С. 73–78.
2. Захарченко А.П. Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник для курсу «Підтримка сайту» для студентів відділення «Видавнича справа та редагування». - Тернопіль, «Крок». - 2014. - 198 с. - Режим доступу:  
<https://www.dropbox.com/s/53nahqrzhumqln4/Internet-media.pdf?dl=0>
3. Крейг Р. Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора у нових ЗМІ. К. : Києво-Могилянська академія. 2007. 324 с.
4. Кросмедіа: контент, технологи, перспективи : колективна моногр. / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко; Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. - К.: Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. — 234 с. - Режим доступу:  
<http://journ.univ.kiev.ua/evm/index.php/naukova-st/monohrafiia-1/359-kolektyvna-monohrafiia-krosmedia-kontent-tekhnologii-perspektyvy>
5. Купер А. Алан Купер об интерфейсе. Основы проектирования взаимодействия / А. Купер, Р. Рейман, Д. Кронин. — Санкт-Петербург: Символ-Плюс, 2009. — 688 с.
6. Національне опитування «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів ЗМІ в Україні (2017 р.)». - Режим доступу:  
[https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2017/09/USAID\\_Internews\\_2017MediaConsumSurvey\\_Full\\_UKR.pdf](https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2017/09/USAID_Internews_2017MediaConsumSurvey_Full_UKR.pdf)
7. Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / За заг. ред. В. Е. Шевченко. – К.: Паливода А. В., 2012. – С. 187-198. Режим доступу:  
<http://smd.univ.kiev.ua/?p=154>
8. Підручник з крос-медіа / Видавці І. Крессу, М. Гузун, Л. Василик. –Bonn/Germany–Sibiu/ Romania: SchillerPublishingHouse, 2015. – Режим доступу <http://smd.univ.kiev.ua/?p=13000>

9. Потятиник Б. Інтернет-журналістика : Навчальний посібник. Львів : ПАІС, 2010. 190 с.
10. Самара Т. Структура дизайну. Стильное руководство. -СПб: РИП-Холдинг, 2008. — 272с.
11. Ситник О.В. Стратегія особистісно-орієнтованого моделювання інформаційних мережевих ЗМІ // Наукові записки інституту журналістики: науковий збірник / за ред. В. В. Різуна. – К., 2014. – Т. 57. – С. 53–57.
12. Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів ЗМІ в Україні (2017 р.) // Internews Україна, Режим доступу: [https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2017/09/USAID\\_Internews\\_2017MediaConsumSurvey\\_Full\\_UKR.pdf](https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2017/09/USAID_Internews_2017MediaConsumSurvey_Full_UKR.pdf).
13. Шевченко В. Е. Теорія кольору : Текст лекцій. - К. : Інститут журналістики, 2012. - 48 с. - Режим доступу <http://smd.univ.kiev.ua/?p=7373>
14. Шевченко В. Мультимедійний контент : конспект лекцій з навчальної дисципліни. – К. : Інститут журналістики, 2016. - Режим доступу <http://smd.univ.kiev.ua/?p=13273>
15. Шевченко Характеристика шрифту як способу поліграфічного відтворення тексту: конспект лекцій для студентів відділення «Видавнича справа та редагування» з курсу «Шрифтознавство». – К.: Інститут журналістики, 2005. – 106 с.- Режим доступу <http://smd.univ.kiev.ua/?p=7347>.
16. Шевченко В.Е. Формування концепції медійного продукту (Formation of the concept of media) // Образ : науковий журнал / за ред. Н. Сидоренко, О. Ткаченко ; Сумський державний університет ; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – Суми ; Київ, 2016. – Вип. 4 (22). – 120 с. - С. 6-14. - Режим доступу [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=juu\\_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=PREF=&S21COLORTERMS=0&S21STR=obraz](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=juu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=PREF=&S21COLORTERMS=0&S21STR=obraz)
17. Феличи Д. Типографіка: шрифт, верстка, дизайн. СПб.: БХВ-Петербург, 2004. — 496 с.
18. Халер М. Пошук і збір інформації : навчальний посібник. К. : Академія Української Преси. Центр Вільної Преси. 2006. 308 с.