

**Пример письменного тестирования**  
**42.04.02 Журналистика**

1. Что относится к художественно-публицистическому жанру журналистики?
  - a. статья
  - b. репортаж
  - c. очерк
  - d. новостная заметка
  
2. Жанры интернет-журналистики имеют три главных качества, отличающих их от жанров традиционных СМИ. К ним относятся: интерактивность, мультимедийность и...:
  - a. информативность
  - b. грамотность
  - c. наличие аудиовизуальных материалов
  - d. гипертекстуальность
  
3. Гипертекст – это:
  - a. текст, содержащий в себе ссылки на другие тексты, уточняющие, раскрывающие или дополняющие его смысл
  - b. текст, содержащий рекламную информацию
  - c. сочетание нескольких видов подачи информации – текстовой, графической, звуковой, фото и видео – в одном материале
  - d. возможность аудитории откликаться на публикуемые в интернет СМИ материалы
  
4. Выработанное сообществом журналистов представление об обязательствах перед обществом, которые журналисты добровольно берут на себя, соотносясь с местом и ролью своей профессии в общественной жизни (по Г.В. Лазутиной):
  - a. личностное самоопределение профессионального долга
  - b. профессиональный долг журналиста
  - c. профессиональная этика журналиста
  - d. ценностные установки журналиста
  
5. Функция языка (по Ф. де Соссюру) состоит в:
  - a. наименовании заранее организованной реальности
  - b. конструировании реальности
  - c. создании связей между людьми
  - d. формировании личности
  
6. Назовите органы государственной и (или) муниципальной власти, при которых существуют специально аккредитованные СМИ:
  - a. администрация области
  - b. администрация города
  - c. администрация районов
  - d. нет правильного варианта ответа
  
7. Под редакцией средства массовой информации понимается:
  - a. организация, учреждение, предприятие, осуществляющие только производство средства массовой информации

- b. организация, учреждение, предприятие, либо гражданин, объединение граждан, осуществляющие только выпуск средства массовой информации
  - c. организация, учреждение, предприятие, либо гражданин, объединение граждан, осуществляющие производство и выпуск средства массовой информации
  - d. гражданин, объединение граждан, осуществляющие выпуск средства массовой информации
8. Содержательный анализ массивов однородных документов, в частности, публикаций в СМИ, имеющий своим предметом анализ содержания текстовых массивов и продуктов коммуникативной корреспонденции – это (впишите определение в именительном падеже, единственном числе): \_\_\_\_\_
9. В процессе социализации средства массовой коммуникации:
- a. полностью определяют формирование установок и убеждений
  - b. разрушают позитивные установки
  - c. не играют значительной роли
  - d. подкрепляют и закрепляют укоренившиеся в сознании установки
10. Автором теории волшебной пули (также именуемой теорией магической пули либо теорией подкожной иглы) является (впишите фамилию исследователя в именительном падеже): \_\_\_\_\_
11. В социологии журналистики репрезентативность – это:
- a. любая совокупность опрашиваемых респондентов, если их количество немного меньше или равно параметрам генеральной совокупности
  - b. характеристика любой совокупности уже опрошенных респондентов по отношению к тем, кого еще предстоит опросить
  - c. соответствие, адекватность выборочной совокупности (выборки) по основным характеристикам генеральной совокупности
  - d. частота (интенсивность) представленности той или иной единицы анализа в изучаемом объеме текста
12. Обзоры, рейтинги, рецензии, статьи относятся к группе ... журналистских жанров:
- a. информационных
  - b. художественно-публицистических
  - c. аналитических
  - d. оперативно-исследовательских
13. В современной исследовательской практике дискурс понимается как:
- a. определенный набор тем, которые поднимаются в данной ситуации
  - b. социально продуцируемый способ говорить на определенную тему
  - c. структура текста
  - d. последовательность речевых актов
14. Предприниматель, осуществляющий материально-техническое обеспечение производства продукции средства массовой информации, является:
- a. учредителем средства массовой информации
  - b. главным редактором средства массовой информации

- c. издателем средства массовой информации
  - d. выпускающим редактором средства массовой информации
15. Учредитель должен приступить к производству продукции СМИ:
- a. со дня выдачи свидетельства о регистрации
  - b. в течение одного года со дня выдачи свидетельства о регистрации
  - c. в течение двух лет со дня выдачи свидетельства о регистрации
  - d. в течение пяти лет со дня выдачи свидетельства о регистрации
16. В социологии журналистики форма интервью, при котором ведущая роль отдается респонденту (т.е. он сам выбирает, о чем ему говорить, а интервьюер только определяет перед началом программу разговора («путеводитель интервью»); интервьюер не может перевести общение на другую тему, не должен задавать конкретных вопросов, но способствовать продолжению разговора) – это:
- a. нестандартизированное интервью
  - b. фокусированное интервью
  - c. нарративное интервью
  - d. ненаправленное интервью
17. Не относится к видам журналистских текстов по Л. Кройчику:
- a. исследовательско-новостные
  - b. оперативно-исследовательские
  - c. исследовательско-образные
  - d. исследовательско-публицистические
18. Эссе и фельетоны по Л. Кройчику относятся к ... виду журналистских текстов:
- a. исследовательскому
  - b. исследовательско-новостному
  - c. оперативно-новостному
  - d. исследовательско-образному
19. Всесторонне охарактеризовал профессиональную мораль журналиста как социальный феномен, определил ее место в общественном сознании и особый характер норм, обозначил связь индивидуального сознания как носителя профессиональной морали с позицией журналиста, реализуемой в тех профессионально-нравственных отношениях, на которые его «выводит» работа, следующий отечественный исследователь:
- a. Р.Г. Бухарцев
  - b. В.М. Теплюк
  - c. Д.С. Авраамов
  - d. Я.Н. Засурский
20. Структура профессионального сознания журналиста НЕ включает следующую составляющую (по Г.В. Лазутиной):
- a. знания методологического характера
  - b. технологические правила и нормы
  - c. несистематизированный повседневный опыт
  - d. морально-психологические установки и ценностные ориентации

21. Под цензурой средства массовой информации подразумевается:
- а. требование от редакции средства массовой информации со стороны должностных лиц, государственных органов, организаций, учреждений или общественных объединений предварительно согласовывать сообщения и материалы
  - б. наложение запрета на распространение сообщений и материалов, их отдельных частей
  - в. требование от редакции средства массовой информации со стороны должностных лиц предварительно согласовывать сообщения и материалы в случае, когда должностное лицо является автором или интервьюируемым
  - г. запрет на деятельность средства массовой информации, основанный на решении судебного органа
22. Права и обязанности учредителя и редакции, предусмотренные настоящим Законом, возникают с момента:
- а. утверждения устава редакции и учредительного договора
  - б. утверждения устава юридического лица
  - в. регистрации средства массовой информации
  - г. подачи документов на регистрацию нового СМИ
23. В социологии журналистики метод, используемый при проведении качественных исследований, когда небольшую группу людей просят сосредоточиться на том или ином вопросе и обсудить его с интервьюером в формате глубинного интервью (часто такого рода работа проводится с одной и той же группой несколько раз) – это (впишите определение в именительном падеже, единственном числе): \_\_\_\_\_
24. При реорганизации или ликвидации учредителя СМИ его права и обязанности:
- а. в полном объеме переходят к редакции
  - б. не передаются никому
  - в. передаются третьим лицам (в этом случае согласие редакции не обязательно)
  - г. переходят в руки редакции, если иное не указано в уставе редакции
25. Выборка контент-анализа, которая работает не с единицами, а с гнездами, однородными группами (семья, производственная бригада, студенческая группа, болельщики футбольного матча, телезрители, которые смотрят ТВ в одной комнате, городские районы и т.п.):
- а. кластерная выборка
  - б. вероятностная выборка
  - в. квотная выборка
  - г. стратифицированная выборка