

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ**

ПРОГРАМА ТВОРЧОГО КОНКУРСУ

Спеціальність: «ЖУРНАЛІСТИКА»

*Спеціалізація: «РЕКЛАМА ТА ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В
СОЦІОКУЛЬТУРНІЙ СФЕРІ»*

Спеціалізація: «СОЦІАЛЬНА ТА КУЛЬТУРНА ЖУРНАЛІСТИКА»

Творчий конкурс проводиться з метою виявлення вступників, спроможних під час навчання в ХДАК досягти відповідного професійного рівня та отримати необхідні знання для подальшої творчої діяльності в галузі журналістики, реклами та PR.

У зв'язку з необхідністю виявлення рівня підготовленості абітурієнта до творчого конкурсу, явка на консультації є обов'язковою!

На консультацію абітурієнт подає власні друковані або ефірні журналістські матеріали. Комісія приймає до розгляду тільки одноосібні журналістські матеріали абітурієнтів (якщо такі є), тобто ті матеріали, авторами чи ведучими яких є абітурієнти.

Творчий конкурс — професійно зорієнтоване випробування абітурієнта, під час якого вступник демонструє знання й навички, що засвідчують його готовність до опанування журналістського фаху в соціокультурній галузі, а також здатність виконувати творчі завдання з рекламування та зв'язків з громадськістю.

Вступник повинен продемонструвати уміння точно й повно відображати головну мету події, концепцію та ідею, викладати свої думки логічно й грамотно.

Абітурієнти повинні мати специфічні творчі здібності, відповідну фахову придатність, необхідні знання в галузі журналістики, культури, літератури, сучасних інформаційних технологій.

Творчий конкурс складається з двох етапів: «Журналістський твір» та «Основи теорії та історії журналістики».

Перший етап творчого конкурсу за спеціалізацією «Реклама та зв'язки з громадськістю в соціокультурній сфері» передбачає написання письмової роботи (у жанрі рекламного розгорнутого оголошення, есе, репортажу тощо), відповідно до теми та матеріалів, представлених для абітурієнтів. Для вступників моделюється певна

професійна ситуація: даються матеріали для рекламування, презентації події з культурного, громадського життя країни. За пропонованими рекламними матеріалами абітурієнти протягом години пишуть журналістський твір в обраному жанрі обсягом до двох аркушів формату А4.

Перший етап творчого конкурсу за спеціалізацією «Соціальна та культурна журналістика» передбачає написання письмової роботи (у жанрі анонсу, есе, репортажу, огляду, статті тощо) за матеріалами, представленими для абітурієнтів, а також редагування запропонованого тексту. Абітурієнти фіксують на папері хід власних міркувань, дають вичерпну відповідь на поставлені проблемні запитання, демонструють загальний рівень ерудиції.

За пропонованою темою абітурієнти протягом години пишуть журналістський твір у довільно обраному жанрі обсягом до двох аркушів формату А4. При написання творчої роботи вступнику слід виявити уміння, здобуті в середній школі: точність та повноту відтворення фактів, уміння логічно та грамотно висловлювати думку.

Другий етап творчого конкурсу – це співбесіда за пропонованим абітурієнтам списком питань. Сюди входять питання для перевірки соціальної орієнтації вступника (вони стосуються різних суспільних сфер і їх взаємодії з журналістикою) і питання професійної орієнтації. Питання професійної орієнтації можуть вимагати від вступника поміркувати про особливості сучасної журналістики, про професійну етику журналіста, про сучасних вітчизняних ЗМІ та творчості улюблених журналістів і працівників рекламної галузі тощо.

Оцінка виставляється за 100-бальною шкалою оцінювання (від 100 до 200 балів) за кожний етап творчого конкурсу: за перший етап «Журналістський твір» – від 100 до 200 балів; за другий етап «Основи теорії та історії журналістики» – від 100 до 200 балів.

**Орієнтовний перелік тем журналістського твору
на I етап творчого конкурсу**

Спеціалізація «Реклама та зв'язки з громадськістю в соціокультурній сфері»

1. Якою бути сучасній рекламі?

2. Які орієнтири майбутнього журналіста варті наслідування в Україні?
3. Головне – мир в душі. І ноги в теплі (С. Жадан).
4. Завойовуй собі друзів не пустими лестощами, а словами кохання (Сократ).
5. Інтернет – вікно у великий світ реклами.
6. Споконвіку було Слово: сила слова в рекламі.
7. Чи має бути реклама україномовною?
8. Рекламна журналістика – моє покликання.
9. Коли ви задовольняєтеся тим, що слідуєте за правилами, зникає вся гострота та натхнення (У. Еко).
10. Мій життєвий вибір.
11. Свобода слова і відповідальність за слово в рекламному творі.
12. Моральність й аморальність в журналістиці.
13. Мій ідеал в галузі рекламної журналістики.
14. Журналістика – це література факту.
15. Перед словом усі рівні (П.Мовчан)
16. Найглибша істина розквітає лише з найглибшої любові (Г.Гейне).
17. Корінь навчання гіркий, а плід його солодкий.
18. Геніальність може бути тільки швидкоплинним шансом. Тільки робота та воля можуть дати їй життя та перетворити на славу (А. Камю).
19. Чи в рекламі уживаються красиве і корисне (М. Рильський).
20. Богів створюють слова, а не навпаки (У. Еко).
21. Жіноча та чоловіча реклама – правда чи вигадка?
22. Радянська реклама: минули та сучасне.

Спеціалізація «Соціальна та культурна журналістика»

1. Від великого до смішного один крок.
2. Учитесь, читайте, чужому навчайтесь і свого не цурайтесь (Тарас Шевченко).
3. Як тіло без духу мертве, так і віра без діла мертва (Євангеліє).
4. Світ ловив і не впіймав мене (Г. Сковорода).

5. Великі ідеї – це зазвичай прості ідеї (Д. Огілви).
6. Мій ідеал в журналістиці.
7. Світова культура та національна культура: єдність серед розмаїття.
8. Культура і мистецтво в журналістиці.
9. Хто хоче працювати – шукає спосіб, хто не хоче – шукає причину (Сократ).
10. Крапля камінь точить (Овідій, 43 до н.е. – 18 н.е.)
12. Навіть у найбільш сліпучого світла є тінь (У. Черчїлл).
13. Журналістика на моїй малій Батьківщині.
14. Вибираємо ми дорогу, і вона нас вибирає (Л. Костенко).
15. Культурні орієнтири сучасного журналіста.
16. Не можна двічі увійти у ту саму річку (Геракліт з Ефеса).
17. Нове життя нового прагне слова (Максим Рильський).
18. Брехня встигає обійти півсвіту, поки правда надягає штани (У. Черчїлл).
19. Пізнай самого себе (напис на храмі Аполлона в Дельфах).
20. Національна культура – мій прихисток і спадок.
21. У тяжкі для країни часи знання міфів важко переоцінити (У. Черчїлл).
22. Хто зрозумів життя, той не спішить. Цінує кожен мить, спостерігає (О. Хайям).

Абітурієнти, які отримали під час творчого конкурсу хоча б за один етап менше 124 бала, до участі в конкурсі щодо зарахування на денну або заочну форми навчання не допускаються.

ЛІТЕРАТУРА

1. Михайлін І. Основи журналістики / І. Михайлін. — Київ, 2003. — 720 с.
2. Борковський О. І. Українська журналістика на тлі доби (історія, демократичний досвід, нові завдання) / О. Борковський, С. Сирополко. — Мюнхен: Український техніко-господарський інститут, 1993. — 204 с.
3. Квіт С. Масові комунікації: підручник / Сергій Квіт. — К.: ВД "КМА", 2008. — 206 с.

4.. Корконосенко С. Основы журналистики: учебник для вузов / С. Корконосенко. — М. : Аспект-пресс, 2002. — 276 с.

5.Эффективная коммуникация : история, теория, практика : словарь-справочник / отв. ред., сост. М. И. Панов ; сост. Л. Е. Тумина. — Москва : АСТ; Олимп, 2005. — 959 с.

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ДРУКОВАНИХ ПУБЛІКАЦІЙ АБІТУРІЄНТІВ

1. Друкованими публікаціями вважаються газетні і журнальні матеріали, опубліковані в зареєстрованих друкованих ЗМІ (багатотиражні, районні, регіональні, міські, обласні, центральні газети та журнали різної форми власності).

Увага! До розгляду предметна комісія не приймає публікації абітурієнтів, які надруковані у шкільних, гімназійних, ліцейних газетах та електронних виданнях.

2. Порядок оформлення кожної окремої публікації такий: на окремому аркуші формату А4 потрібно наклеїти логотип саме того видання з усіма даними (число, дата, рік), в якому опубліковано матеріал. Під логотипом потрібно наклеїти вирізаний з газети чи журналу матеріал. Обов'язково кожен матеріал завіряє печаткою і підписом головний редактор видання.

3. Якщо деякі матеріали підписані псевдонімом, їх завіряє теж редактор і засвідчує так: «Матеріал підготувала Ірина Іваненко». Редактор ставить свій підпис і печатку.

4. Кожен друкований матеріал подається в одному примірнику. Весь творчий доробок подається у папці із зав'язками теж в одному примірнику. Увага! Абітурієнт у папку повинен вкласти бібліографічний опис своїх публікацій у послідовності їх виходу в світ. Зразок:

1. Іваненко І. Весна // Сільські вісті. – 2009. – 5 груд.

2. Іваненко І. Я хочу бути журналістом // Урядовий кур'єр. – 2010. – 7 квіт.

5. Творчі доробки, неправильно оформлені, не розглядаються.

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ЕФІРНИХ МАТЕРІАЛІВ АБІТУРІЄНТІВ

1. Ефірні матеріали подаються на CD- або DVD-дисках із супровідним листом від редакції, в якому зазначається прізвище абітурієнта, його творчий доробок, хронометраж, дата ефіру, назва теле- чи радіоканалу. Лист завіряється редактором (підпис, печатка).

2. Диски вкладаються у папку з зав'язками. Увага! Абітурієнт у папку повинен вкласти бібліографічний опис своїх ефірних матеріалів у послідовності їх виходу в ефір.

Приклади бібліографічного опису:

Для телевізійних сюжетів:

Прізвище та ініціали автора. Назва матеріалу (програми) // Назва програми (якщо матеріал є її складовою). – Телевізійний канал (*телекомпанія*). – Дата виходу в ефір. – Хронометраж. *Наприклад:*

Міхин Євген. Біля КПП відкрили пам'ятник Сікорському // Вчасно.– НТН.– 15.05.2008 (12:05).– 1' 07"

Для радіосюжетів:

Прізвище та ініціали автора. Назва матеріалу (програми) // Назва програми (якщо матеріал є її складовою). – Радіокомпанія. – Дата виходу в ефір. – Хронометраж. *Наприклад:*

Монзольський Олександр. Футболomanія // Промінь (Національна радіокомпанія України). – 05.06.2008 (20:10). – 43'27"

Якщо абітурієнт подає одночасно друковані та ефірні матеріали, вони вкладаються в одну папку. На папці має бути надпис: Творчий доробок Прізвище, ініціали.