

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ



ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»)

Структурное подразделение филологический факультет

Кафедра журналистики и издательского дела

УТВЕРЖДАЮ

Декан филологического факультета

 О.С. Перетятая
« 31 »  2021 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине
Основы теории медиакоммуникации

Направление подготовки 42.03.03 Издательское дело (уровень бакалавриата)

Квалификация выпускника – бакалавр


Форма обучения – очная

Курс – 1 курс (1 семестр)

Разработчик

канд. пед. наук, доц. Гамина Т.С.

И.о. заведующего кафедрой журналистики и
издательского дела

 Дроздова А.В.
«26» августа 2021 г., протокол № 1

Луганск, 2021

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения основной образовательной программы

Процесс освоения дисциплины направлен на овладение следующими компетенциями:

общекультурных:

– способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного воздействия (ОК-5);

общепрофессиональных:

– способностью выявлять механизмы образования текста, единицы его речевой реализации, виды информации и функционально-смысловые типы речи вербальных текстов (ОПК-4).

1.2. Этапы формирования компетенций и средства оценивания уровня их сформированности

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
Роль медиакоммуникационных революций в обществе	ОК-5	Работа со справочным материалом. Подготовка к семинарскому занятию (устный опрос, обсуждение докладов)
Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций	ОПК-4	Подготовка к семинарскому занятию (устный опрос, обсуждение докладов)
Медиатизация общества: проблемы и последствия.	ОК-5, ОПК-4	Устный опрос по вопросам семинарского занятия
Проблемы человека и культуры в современном информационном обществе	ОПК-4, ОК-5	Подготовка и анализ практических заданий, обсуждение
Медиатранзит как основной механизм коммуникационной кампании в медиапространстве	ОК-5	Подготовка конспектов к семинару. Терминологический словарь.
Психологические приемы управления коммуникацией посредством личного влияния	ОК-5, ОПК-4	Поиск информации в сети, практические задания, обсуждение. Эссе на предложенные темы
Деятельность журналиста в социальных сетях. Проблема личностного позиционирования в социальных сетях	ОПК-4; ОК-5	Подготовка к практическому заданию. Подготовка к зачету

Зачет	ОПК-4. ОК-5	
-------	-------------	--

1.3. Описание показателей оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели)
ОК-5	<p>знать: условия и закономерности эффективной коммуникации; знать и развивать свои творческие возможности как специалиста в области издательского дела; основные этапы развития теории медиакоммуникации, а также место теории медиакоммуникации среди других наук;</p> <p>уметь: использовать свой творческий потенциал и знания в профессиональной деятельности; работать со справочным материалом: словарями, энциклопедиями, проектировать свой профессиональный имидж; разработать локальный авторский медиапроект с учетом важнейших инновационных практик в сфере массмедиа; использовать современные формы медийной активности и внедрять оптимальные технологии коммуникационной деятельности субъекта социального функционирования;</p> <p>владеть: понятийным аппаратом теории медиакоммуникации; навыками анализа письменной и устной речью, выявлять ее состав и структуру; навыками применения знаний теорий медиакоммуникации в научных и общественных принципах и навыками эффективного межличностного общения в различных коммуникативных пространствах; дискуссиях, затрагивающих роль медиа в современном обществе;</p>
ОПК-4	<p>знать: понятийный аппарат изучаемой дисциплины; основные концепции, раскрывающие природу, функции и механизмы влияния медиа на общественное (массовое) сознание; основные теории медиа и подходы к исследованию современного медиaprостранства;</p> <p>уметь: использовать информационный потенциал социальных сетей; четко формулировать мысль, высказывать и защищать собственную точку зрения; применять средства и методы научного исследования в профессиональной деятельности;</p> <p>владеть: методами сбора информации, ее проверки и анализа; навыками использования современных достижений теории медиакоммуникаций в профессиональной деятельности специалиста в области издательского дела; навыками самоанализа и самооценки своей профессиональной деятельности в области издательского дела; навыками использования концепций медиакоммуникации в качестве теоретической базы исследования (при написании эссе, курсовых работ и ВКР);</p>

1.4. Описание показателей формирования компетенций

**Система оценивания учебных достижений студентов
очной формы обучения**

Вид текущей учебной работы	Количество баллов
1 курс/1 семестр	
оформление конспектов лекционных и практических занятий	10
работа на семинарских занятиях	35
тестовый контроль	
выполнение заданий самостоятельной работы	15
зачет	40
Итого за семестр:	100

Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбал- льная система оценивания экзамена	100- балльная шкала	Буквенная шкала, соответствующая 100- балльной шкале	Система оценивания зачета
Отлично	90–100	А – отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	Зачтено
Хорошо	83–89	В – очень хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному	
Хорошо	75–82	С – хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	
Удовлетво- рительно	63–74	Д – удовлетворительно – теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые	

		из выполненных заданий, содержат ошибки	
Удовлетворительно	50–62	Е – посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично; некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	
Неудовлетворительно	21–49	FX – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы не сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	Не зачтено
Неудовлетворительно	0–20	F – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено; необходимые практические навыки работы не сформированы; все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий	

2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

2.1. Оценочные средства текущего контроля (типовые)

Контрольные вопросы для самостоятельной оценки качества освоения учебной дисциплины

1. Понятие медиакоммуникации.
2. Современные медиа как система: понятие, структура, элементы.
3. Типология и уровни медиасистем.
4. Компаративный анализ советской и российской, актуальных американской, европейской и российской медиасистем.
5. Характеристики современной медиакоммуникации.
6. О различении понятий СМК и журналистика.
7. Новые функции медиа. СМК в структуре свободного времени.
8. Гедонистическая функция медиа.

9. СМК как сдвоенный рынок информации и услуг.
10. Экономическая коммуникация медиасистемы.
11. Рынок как фактор становления медиасистемы в постсоветской России и проблемы институализации СМК.
12. Практика и теория медиабизнеса.
13. Медиаменеджмент как новое направление теории медиа.
14. Интегрированные маркетинговые коммуникации СМК.
15. Новые виды СМК и новые форматы медиакоммуникации.
16. Новые форматы взаимодействия СМК и аудитории.
17. Интерактивные каналы коммуникации и повышение активности аудитории.
18. Активная аудитория как субъект медиасистемы.
19. Просьюмер как актормедиакоммуникации и формирование новой типологии аудитории СМК.
20. Российская специфика аудиторий медиа.
21. «Гражданские журналисты», блогеры в современноймедиакоммуникации.
22. Теории коммуникации печатных СМИ.
23. Теоретические исследования радиокоммуникации.
24. Телевизионная коммуникация как предмет теоретического изучения.
25. Интернет-коммуникация и сущностные трансформации медиасистемы: новые теоретические концепции.
26. Конвергенция и новые подходы к формированию теоретических концепций медиаиндустрии.
27. Типология угроз и коммуникационных барьеров медиасистемы.
28. Технологии коммуницирования медиа: уровни, типы, виды, форматы.
29. Язык массмедиа как объект междисциплинарного исследования.
30. Язык СМК как особый язык социального взаимодействия.
31. Семиотический, герменевтический, риторический, психологический, когнитивный, лингвопрагматический, социологический аспекты изучения языка СМК.
32. Медiateкст как тип текста и элемент коммуникационного процесса.
33. Тенденции трансформации медиа в XXI веке и современные теоретические концепции.
34. Частнонаучные и нормативные теории медиа XXI века.
35. Медиалогия как новая комплексная гуманитарная дисциплина.

Темы для научных докладов:

1. Классификация медиаэффектов.
2. Технологии манипуляции сознанием в СМК.

3. Медиаагенты, модели медиаинститутов и их роль в социализации личности.
4. Роль телевидения и интернета в социализации личности.
5. Роль массмедиа в формировании моделей социального поведения.
6. Влияние массмедиа на способы самоидентификации и самовыражения молодого поколения.
7. Медиакомпетентность как вид культурной компетентности и способы ее формирования.

Реферат (методические указания и примерные темы):

Аттестация по реферату проходит в форме собеседования, представляющего собой защиту его основных положений. Аттестация реферата будет проходить в формате семинарского занятия. На защиту должен быть представлен доклад, представляющий основные положения реферата в форме презентации. Требования к оформлению печатного текста реферата: шрифт – TimesNewRoman, размер шрифта – 14 кегль, межстрочный интервал – 1,5; поля: слева – 30 мм, справа, сверху и снизу – 20 мм. Объем текста реферата: 25– 26 страниц.

Темы рефератов

1. Методологические основы теории медиакоммуникации.
2. Междисциплинарный характер коммуникативного знания.
3. Виды медиакоммуникации.
4. Вербальная, устноречевая, письменноречевая, невербальная медиакоммуникации.
5. Уровни медиакоммуникации.
6. Трансляция смыслов и понятие эффектов медиакоммуникации.
7. Условия эффективной медиакоммуникации.
8. Способы измерения эффектов и эффективности медиакоммуникации.
9. Многоканальность, вариативность и нормативность массовой медиакоммуникации.
10. Интернет – новейший интерактивный информационный канал.
11. Функции цифровых медиа в культуре глобального информационного общества.
12. Как изучается феномен блоггинга?
13. Как ведение блогов меняет облик традиционной журналистики?
14. Как развивался русскоязычный сегмент интернета в 1990-2000-е гг.?
15. Каковы черты культурной специфики Рунета?
16. Как работает «вирусная реклама» в интернете?
17. Феномен гражданского активизма в сети.
18. Культура виртуальной личности в интернете.
19. Культурная специфика русскоязычной блогосферы.
20. Новые медиа и конструирование «гиперреальности».
21. Трансформации русского языка в рунете.
22. Представление знания в «Википедии».

23. Особенности онлайн-дневников подростков.
24. Возможности и границы электронной коммерции.
25. Интернет и возможности гражданского общества.

Примерные темы эссе:

1. Теории установления повестки дня: обзор исследований.
2. Массмедиа и конструирование социальных проблем.
3. Концепция спирали умолчания Элизабет Ноэль-Нойман.
4. Воздействие медианасилия на аудиторию: теории и эксперименты.
5. Массмедиа, стереотипы и общественное мнение: Уолтер Липпман.
6. «Развлекая себя до смерти»: критика телевидения Нейла Постмана.
7. «Глобальная деревня» и «понимание медиа»: Маршалл Маклюэн.
8. Симуляция, гиперреальность и медиа: Жан Бодрийяр.
9. Теории информационного общества: аналитический обзор (Фрэнк Уэбстер).
10. Нормативные теории прессы: проблемы взаимодействия СМИ и общества.
11. Идеология, гегемония и массмедиа: критический подход к анализу МК.
12. Критический дискурс-анализ медиа: Тен А. ван Дейк.
13. Теория сетевого общества и сетевой власти Мануэля Кастельса.
14. Медиакоммуникации в контексте теорий глобализации и мобильности.
15. Проблема классификаций теорий МК: Денис Макуэйл.

Вопросы к собеседованию

1. Понятия «медиа» и «коммуникация»: этимология и современное понимание.
2. Периодизация человеческой истории.
3. Виды медиа и хронология их появления.
4. Периодизация истории медиакоммуникаций.
5. Развитие членораздельной речи и устная коммуникация.
6. Наскальная живопись (пещера Ласко, Франция, и др.).
7. Барабанный бой как способ передачи посланий в африканских племенах.
8. Послания с помощью огня и дыма.
9. Предметное письмо: проблемы интерпретации.
10. Пиктография: универсальность и кросскультурные барьеры.
11. Идеография (логография): общественный договор.
12. Алфавитное письмо: коммуникационная революция (от финикийцев к грекам).

Практическое задание

Дискуссия «Специфика воздействия средств массовых коммуникаций на личность»

Жанр дискуссии предполагает не просто столкновение мнений, а четкую аргументацию своей точки зрения. Данная аргументация должна быть построена на основе ознакомления с соответствующей научной литературой, переосмысленной через призму собственной мировоззренческой позиции. В ходе самостоятельной подготовки к дискуссии студенты должны найти научные публикации о влиянии СМК на личность и написать эссе на тему «Мое видение проблемы воздействия СМК на личность».

План проведения дискуссии

1. В начале занятия преподаватель делит студенческий коллектив на две подгруппы. Первая студенческая подгруппа в своих эссе демонстрирует примеры отечественных и зарубежных исследований об отрицательном (негативном) воздействии СМК на личность. Вторая студенческая подгруппа в своих эссе репрезентирует результаты исследований о положительном воздействии СМК на личность.

2. На основе анализа заслушанных эссе разворачивается общая дискуссия, в ходе которой обсуждаются следующие вопросы:

- психологические методы воздействия СМК на аудиторию, двустороннее взаимовлияние массмедиа и аудитории, психологические и возрастные особенности личности, особо подверженной медиавлияниям;
- взаимосвязь ценностей личности с мотивами обращения к медиа;
- амбивалентность (двойственность) медиаэффектов при воздействии на личность.

3. В конце семинара студенческий коллектив под руководством преподавателя формулирует тезисы для статьи «Специфика эффектов СМК при воздействии на личность». 4. Формируется инициативная группа, которая должна оформить данные тезисы в статью.

Контрольные вопросы к зачету

1. Понятие «медиакоммуникация»: этимология и объем понятия в современной научной парадигме.
2. Периодизация истории медиакоммуникаций.
3. Способы межличностной коммуникации в Древнем мире и Античности.
4. Топосы массовой коммуникации в Античном мире и средневековой Европе.
5. «Actadiurnaropuli Romani» в Древнем Риме.
6. Зарождение системы массовой коммуникации.
7. Почтовое и транспортное сообщение в Древнем мире, Античности и Средние века.
8. Ежедневные публичные листки в Европе XVI в.

9. Печатный станок: история изобретения и распространения.
10. Германская периодика XVII-XVIII в.
11. «La Gazette» (Франция, 1631).
12. «Publick Occurrences, both Forreign and Domestick» (Америка, 1690).
13. «Ведомости» (Россия, 1702).
14. Телеграф: история изобретения и распространения.
15. Телефон: история изобретения и распространения.
16. Радио: история изобретения и распространения.
17. Фотография: история изобретения и распространения.
18. Кинематограф: история изобретения и распространения.
19. Телевидение: история изобретения и распространения.
20. Интернет: история изобретения и распространения.

Контрольные вопросы к зачету

1. Основные формы коммуникации.
2. Ключевые характеристики массовой коммуникации.
3. Соотношение понятий СМИ, массовые коммуникации, медиа, медиакommunikation.
4. Ключевые характеристики медиакommunikation в 21 веке.
5. Классификация теорий массовой коммуникации Д. Макуэйла.
6. Информационная культура как «блип-культура».
7. Причины, характер и последствия медиакommunikation революций.
8. Роль медиапосредников в современной коммуникации.
9. Третья медиакommunikation революция (50-е гг. XX в.).
10. Культура устной речи, культура печатного текста, культура экрана.
11. Психологические особенности восприятия и обработки информации.
12. Классификация медиаэффектов.
13. Медиакомпетентность как вид культурной компетентности и способы ее формирования.
14. Причины невысокого рейтинга печатных СМИ среди современных массмедиа.
15. Информирование, убеждение, побуждение, внушение – какой вид рекламного психологического воздействия является основным?
16. Влияние массмедиа на способы самоидентификации и самовыражения молодого поколения.
17. Основные функции средств массовой коммуникации.
18. Как постоянная коммуникация с медиа, постоянное пребывание в сетях влияет на физиологические и социальные характеристики человека.
19. Чем обусловлено появление рэпожурналистики?

20. В чем опасность «недогретых» и «перегретых» социальных проблем?
21. Особенности, характерные для медиапространства ЛНР.
22. «Медийный человек» как основная характеристика современной личности.