

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЛГПУ»)

Институт филологии и социальных коммуникаций
Кафедра журналистики и издательского дела

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института филологии и
социальных коммуникаций



О.С. Перетятая
2025 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

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

Основы теории медиакоммуникации

По направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело

Профиль – Редактор средств массовой информации

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная

Курс –1 (1 семестр)

Разработчик
канд. пед. наук, доц.
Гамина Т.С.

Заведующего кафедрой
журналистики и издательского дела
Е.А. Куянцева
«09» января 2025 г., протокол № 5

Луганск, 2025

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины «Основы теории медиакоммуникации» и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений студентов, освоивших программу дисциплины.

1.2. Цели и задачи фонда оценочных средств

Цель ФОС – установить соответствие уровня подготовки обучающегося требованиям ФГОС ВО бакалавриат по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08.06.2017 № 524 (с изменениями и дополнениями).

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

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

Кодпо ФГОС ВО	Индикатордостижения
Универсальные	
ОПК-3 способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	УК-1.1. Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации. УК-1.2. Имеет практический опыт работы с информационными объектами и сетью Интернет, опытбиблиографического розыскания, создания научных текстов.

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, ОПК-4	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)
Медиаатизация общества: проблемы и последствия.	ОК-5, ОПК-4	Устный опрос по вопросам семинарского занятия
Проблемы человека и культуры в современном информационном обществе	ОПК-16, ОК-5	Подготовка и анализ практических заданий, обсуждение
Медиаатранзит как основной механизм коммуникационной кампании в медиапространстве	ОПК-4	Подготовка конспектов к семинару. Терминологический словарь.
Психологические приемы управления коммуникацией посредством личного	ОК-5, ОПК-4	Поиск информации в сети, практические задания,

влияния		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)
ОПК–3	<p>Знает: Знает основы теоретических концепций медиакоммуникаций в исторической ретроспективе; основы поиска достоверной информации в социальных сетях; знает специфику создания медиатекста, коммуникационных продуктов с учетом достижений отечественной культуры</p> <p>Умеет: применять на практике полученные знания, апробируя профессиональные навыки в создаваемых медиатекстах и коммуникационных продуктах</p> <p>Владеет: навыками создания и анализа медиапродуктов и медиатекстов в СМИ, учитывая достижения отечественной и мировой культуры в профессиональной деятельности, 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</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

Четырехбалльная 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	
Удовлетворительно	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 медиакommunikации.
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 медиакommunikации.
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 медиакommunikации.
16. Новые форматы взаимодействия СМК и аудитории.
17. Интерактивные каналы коммуникации и повышение активности аудитории.
18. Активная аудитория как субъект медиасистемы.
19. Просьюмер как актормедикommunikации и формирование новой типологии аудитории СМК.
20. Российская специфика аудиторий медиа.
21. «Гражданские журналисты», блогеры в современной медиакommunikации.
22. Теории коммуникации печатных СМИ.
23. Теоретические исследования радиокommunikации.
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 коммунцирования 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. Медиатекст 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 медиакommunikации.
2. Междисциплинарный характер коммуникативного знания.
3. Виды медиакommunikации.
4. Вербальная, устноречевая, письменноречевая, невербальная медиакommunikации.
5. Уровни медиакommunikации.
6. Трансляция смыслов и понятие эффектов медиакommunikации.
7. Условия эффективной медиакommunikации.
8. Способы измерения эффектов и эффективности медиакommunikации.
9. Многоканальность, вариативность и нормативность массовой медиакommunikации.
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. «ActadiurnaropuliRomani» 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, медиакоммуникации.
4. Ключевые характеристики медиакоммуникаций в 21 веке.
5. Классификация теорий массовой коммуникации Д. Макуэлла.
6. Информационная культура как «блип-культура».
7. Причины, характер и последствия медиакоммуникационных революций.
8. Роль медиопосредников в современной коммуникации.
9. Третья медиакоммуникационная 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.

2. Чем обусловлено появление робожурналистики?