

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт филологии и социальных коммуникаций  
Кафедра журналистики и издательского дела

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института филологии и  
социальных коммуникаций

 С.С. Перевощин  
«11» \_\_\_\_\_ 2024 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

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

**Основы теории межкультурной коммуникации**

По направлению подготовки 42-03.03 Издательское дело

Профиль - Редакция средств массовой информации

Квалификация выпускника - бакалавр

Формы обучения - очная

Курс — I (1 семестр)

Разработчик

канд. пед. наук, доц.

Гильдия Г.А.

Заведующего кафедрой

журналистики и издательского дела

 Е.А. Кузнецов

«11» \_\_\_\_\_ 2024 г., протокол № \_\_\_\_\_

Дудяков, 2024

# 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

## 1.1. Область применения

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

## 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 № 525 (с изменениями и дополнениями и Профессиональными стандартами, утвержденными Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Об утверждении профессионального стандарта» от 04 августа 2014 года № 535н, от 04 августа 2014 года № 538н.

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

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

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИД-1. ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса. ИД-2. ОПК-3.2. Решает задачи профессиональной деятельности с учетом достижений мировой и отечественной культуры.

## 1.4. Этапы формирования компетенций и средства оценивания уровня их сформированности

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
Роль медиакоммуникационных революций в обществе	ОПК-3	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Медиапространство как среда реализации медиакоммуникации	ОПК-3	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Проблемы человека и культуры в современном информационном обществе	ОПК-3	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Теории влияния массмедиа в рамках концепции массового общества	ОПК-3	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Медиатранзит как основной механизм коммуникационной кампании в медиапространстве	ОПК-3	Устный опрос. Написание и защита реферата.
Психологические приемы управления коммуникацией посредством личного влияния	ОПК-3	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Деятельность журналиста в социальных сетях. Проблема личностного позиционирования в социальных сетях	ОПК-3	Устный опрос.

Промежуточная аттестация	ОПК-3	Зачет
--------------------------	-------	-------

### 1.5. Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели)
ОПК-3	<p>Знает: тенденции развития государственных и общественных институтов; основы поиска достоверной информации в социальных сетях; знает специфику создания медиатекста, коммуникационных продуктов</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 в СМИ, использует этот опыт в практике профессиональной деятельности.</p>

### 1.6. Критерии оценивания компетенций на разных этапах их формирования

Вид учебной работы	Количество баллов		
	ОФО	О-ЗФО	ЗФО
Устные ответы на семинарских занятиях	10		10
Выполнение и защита практических / лабораторных работ	40		40
Самостоятельная работа	20		20
Иные виды учебной работы (подготовка презентации, написание реферата, решение задач и др.)	30		30
<b>Всего</b>	<b>100</b>		

### 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	<b>63–74</b>	<b>D</b> – 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	<b>50–62</b>	<b>E</b> – 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	<b>21–49</b>	<b>FX</b> – 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	<b>0–20</b>	<b>F</b> – 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)

#### Вопросы для устного опроса:

Тема 1. Роль медиакоммуникационных революций в обществе

Понятие информационная революция.

Этапы эволюционного развития СМИ.

Причины, характер и последствия медиакоммуникационных революций.

Первая медиакоммуникационная революция (вторая половина XIX в.).

Вторая медиакоммуникационная революция (20–30-е гг. XX в.).

Третья медиакоммуникационная революция (50-е гг. XX в.).

Четвертая медиакоммуникационная революция (последняя четверть XX в.)

Феномен информации.

Свойства информации.

Функции массмедиа (советский и постсоветский период). Информационная функция.

Пропагандистская функция. Коммерциализация телевидения. Инфотеймент.

Организаторская функция.

Культурно-просветительская функция.

Образовательная функция ТВ.

Тема 2. Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций

Коммуникация и медиакommunikация.

Социокультурная динамика как эволюция форм, способов и технологий человеческой коммуникации.

Культура устной речи, культура печатного текста, культура экрана.

Формирование представлений о роли и значении медиапосредников в коммуникации.

Основные подходы к понятию «медиа». Медиа в концепции М. Маклюэна. Медиа и массмедиа.

Медиа, средства массовой коммуникации, средства массовой информации: соотношение понятий. «Коммуникация» и «медиакommunikация».

Медиатизация общества: проблемы и последствия.

Понятие медиатизации общества, его предпосылки.

«Медийный человек» как основная характеристика современной личности.

Понятие медиапространства как среды реализации медиакommunikаций. Подходы к понятию «медиапространство».

Тема 3. Проблемы человека и культуры в современном информационном обществе

Осмысление концепции «третьей волны» в развитии общества. Идеология информационного общества.

Понимание информационного общества в концепциях различных философов (Э. Тоффлер и др.).

Развития инфоиндустрии.

Информационные технологии и телекоммуникации в информационном обществе

Роль трансформации коммуникационных процессов в становлении информационного общества.

Роль информатизации в развитии общества.

Место традиционных и новых медиа в информационных процессах.

Понимание современной культуры в работах культурологов и философов (Э. Тоффлер, К. Ясперс, Ж. Элль).

Техно-центристский и культуро-центристский подходы к информации и коммуникации. «Демассификация» и «персонализация».

Воздействие личностных факторов на процесс развития культуры информационного общества.

Рост значения «прототипа». «Линейные города». Образование, гражданские права и свободы личности.

«Человек медийный» и его связь с процессом получения, потребления и осмысления медиатизированной информации в медийной среде.

Потребление информации как манипуляция знаками и символический обмен.

Информационная культура как «блиц-культура».

Тема 4. Теории влияния массмедиа в рамках концепции массового общества

Проблема осмысления роли массмедиа в изменении мировосприятия, «дегуманизации» культуры и формировании совершенно новых форм общения в XX – начале XXI вв.

Теоретический уровень феномена массовой коммуникации.

Человеко-ориентированный и медиа-ориентированный подходы в теории массовой коммуникации.

Особенности структурно-резонансной мозаичности восприятия информации в современном мире.

Факторы, влияющие на эффективность восприятия информации. Функции СМК.

Массмедиа как социальный институт. Концепция массового общества и теории влияния массмедиа.

Этапы изучения эффектов медиавоздействия. Понятие и виды эффектов медиавоздействия.

Теория формирования общественного мнения (У. Липпман).

Теории пропаганды: «хорошая» пропаганда должна осторожно готовить людей к принятию идей и действий / «волшебной пули»: сообщение проникает в мозг и мгновенно вызывает реакцию в мыслях и эмоциях

Теория (Г. Лассуэлл). Феномен гейткипинга в медиасфере и модель двухступенчатого потока коммуникации Э. Каца и П. Лазарсфельда.

Теория использования и удовлетворения (Дж. Клэппер и др.).

Теория разрыва в знаниях (П. Тиченор и др.).

Модель зависимости от медиаэффектов (С. БоллРокич, М. Де Флер).

Концепция «усталости сострадать» (К. Кинник и др.).

Тема 5. Психологические приемы управления коммуникацией посредством личного влияния

Навыки уверенного поведения. Личное обаяние. Харизма.

Управление внутренним состоянием.

Управление собственным имиджем. Голос и характер его воздействия. Работа с голосом (тембр, темп, интонация).

Вербальные характеристики речи (лексика, построение фраз, стиль).

Технология воздействия: опора на эмоциональный настрой, учет контраргументации и критической позиции собеседника, эмоциональное отношение к предмету общения, комплименты.

Роль этикета в управлении конфликтами. Техники разрешения конфликтов

Деятельность журналиста в социальных сетях. Проблема личностного позиционирования в социальных сетях.

Личностное позиционирование индивида в информационной среде.

Имидж: стихийный и управляемый. Активные пользователи социальных сетей.

Общение и самопозиционирование как цели пребывания в сети.

### **Практические задания:**

Дискуссия «Специфика воздействия средств массовой коммуникации на личность».

Эссе на тему: «Мое видение воздействия СМК на личность».

«Медийный человек» как основная характеристика современной личности».

### **Темы для рефератов:**

Маршалл Маклюэн – один из исследователей массовой культуры и медиа.

Прикладные модели теории коммуникации.

Современные подходы в научной литературе к понятию медиакommunikation.

Деятельность журналиста в социальных сетях.

Роль традиционных ценностей в современном обществе.

Роль медиапосредников в современной коммуникации.

### **Вопросы по к зачету по дисциплине**

#### **«Основы теории медиакommunikation»**

1. Понятие «Человек медийный», его характеристика на современном этапе развития общества.
2. Характеристика основных функций средств массовой коммуникации.
3. Как постоянная коммуникация с медиа, постоянное пребывание в соцсетях влияет на физиологические и социальные характеристики человека?
4. Роль медиапосредников в современной коммуникации.
5. Развитие социальных сетей и проблема манипулятивности в медиакommunikation.
6. Третья медиакommunikation революция: причины и последствия.
7. Чем обусловлено появление робожурналистики? Ваше отношение к проблеме.
8. Суть информационно-медийной грамотности журналистики.

9. Вторая медиакоммуникационная революция: причины и последствия.
10. Влияние массмедиа на способы самоидентификации и самовыражения.
11. Охарактеризуйте медиапространство ЛНР. Какие сложности и проблемы вы видите в его развитии.
12. Медиа-поведение индивида в социальных сетях.
13. В чем опасность «перегретых» и «недогретых» социальных проблем?
14. Четвертая медиакоммуникационная революция: причины и последствия.
15. Охарактеризуйте этапы эффективного медиатранзита.
16. Журналист как лидер мнений.
17. Соотношение терминов «коммуникация» и «общение». Обратная связь в коммуникативных взаимодействиях.
18. Понятие «медиакарьера» и «медиатранзит» В чем сходства и отличия между ними?
19. Общение и самопозиционирование как цели пребывания в сети.
20. Понятие «медиаизация общества»: причины и последствия.
21. Характеристика участников медиапроцесса на современном этапе.
22. Психологические приемы управления коммуникацией посредством личного влияния.
23. Веб-коммуникация, ее особенности.
24. Проблемы развития современных медиакоммуникаций.
25. Интернет как канал, средство и среда коммуникации.
26. Характеристика практик медиакоммуникаций.
27. Прикладные модели теории коммуникации: математическая, кибернетическая.
28. Журналистская информация и ее основные особенности.
29. Информационная культура как «блип-культура».
30. Условия эффективной медиакоммуникации.
31. Характеристика понятий коммуникация, медиакоммуникация, медиа, социальные сети.
32. Понятие «медиапространство». Современное медиапространство, его особенности.
33. Медиа в концепции М.Маклюэна. Подходы к понятию «медиа».
34. Проблемы воздействия СМК на личность.
35. Вербальные характеристики речи (лексика, построение фраз, стиль).
36. Технология воздействия: опора на эмоциональный настрой, учет контраргументации и критической позиции собеседника, эмоциональное отношение к предмету общения, комплименты.
37. Психологические приемы управления коммуникацией посредством личного влияния.
38. Основные подходы к понятию «медиа». Медиа в концепции М. Маклюэна. Медиа и массмедиа.
39. Медиа, средства массовой коммуникации, средства массовой информации: соотношение понятий. «Коммуникация» и «медиакоммуникация».
40. Медиаизация общества: проблемы и последствия.
41. Понятие медиаизации общества, его предпосылки.