

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт филологии и социальных коммуникаций
Кафедра журналистики и издательского дела

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института филологии
и социальных коммуникаций

 Переплутина Н.С.
« 18 » сентября 2024 г.

Прилагается к рабочей программе учебной дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине

Журналистика в мультимедийной среде

Направление подготовки 02.04.02 «Журналистика» (уровень магистратуры)

Квалификация выпускника – магистр


Форма обучения – очная, дневная

Курс – ОФО – 2 курс (3 семестр), ЗФО – 2 курс (5 семестр)

Разработчик

канд. филол. н., доцент Сероганова О.Б.

Заведующий кафедрой журналистики
и издательского дела

 Кuzнетсов Е.А.
« 17 » сентября 2024 г., протокол № 1

Луганск, 2024

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины «Журналистика в мультимедийной среде» 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 магистратура по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 529 и Профессиональным стандартом, утвержденный Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Об утверждении профессионального стандарта» от 4 августа 2014 г. № 538н.

1.3 Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения основной образовательной программы

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

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения
Общепрофессиональные	
ОПК-3	1.3_М.ОПК-3. Учитывает в профессиональной деятельности этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса. 1.4_М.ОПК-3. Демонстрирует разноплановую эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах.

1.4. Этапы формирования компетенций и средства оценивания уровня их сформированности

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства/ способ оценивания
Тема 1. Журналистика в новой цифровой среде	ОПК-3	Доклад. Презентация. Устный опрос. Конспект
Тема 2. Профессиональные роли журналиста в эпоху мультимедийности	ОПК-3	Доклад. Презентация. Устный опрос. Конспект
Тема 3. «Цифровой портрет» аудитории современных СМИ	ОПК-3	Доклад. Презентация. Устный опрос
Тема 4. О многообразии жанров и форматов в мультимедийной среде	ОПК-3	Доклад. Презентация. Устный опрос. Конспект
Тема 5. Инструменты мультимедийного журналиста	ОПК-3	Доклад. Презентация. Устный опрос. Конспект.
Тема 6. Нарративные стратегии и сторителлинг	ОПК-3	Доклад. Презентация. Устный опрос. Конспект
Тема 7. Проблема работы журналиста в социальной сети	ОПК-3	Доклад. Презентация. Устный опрос. Конспект
Текущая аттестация	ОПК-3	Контрольная работа
Промежуточная аттестация	ОПК-3	Экзамен

1.5 Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Результаты сформированности
ОПК-3	Знает специфику наиболее распространенных форматов представления информации;

	<p>умеет публично представлять результаты своей работы, работать в группе по сформулированной редакционной сферах с учетом распределения обязанностей;</p> <p>владеет методами создания мультимедийных продуктов разного формата, жанра, сложности, аудиторных запросов</p>
--	---

1.6. Критерии оценивания компетенций на разных этапах их формирования

Вид учебной работы 2 курс (3 семестр) / (5 триместр)	Количество баллов	
	ОФО	ЗФО
Ответы на семинарских занятиях	36x14=42	40
Проверочная контрольная работа	10	0
Самостоятельная работа	28	40
Экзамен	20	20
Всего	100	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

Вопросы для устного опроса

1. Основные требования к мультимедийным материалам.
2. Изучить понятия «Цифровой портрет» и технологии, используемые для его создания.
3. Основные мультимедийные жанры и форматы: интерактивные элементы: игры, приложения и т. д.
4. Аудио и видео материалы: новости, реклама, кино и т. д.
5. Письменные/визуальные материалы: блоги, статьи, комиксы и т. д.
6. Мультимедийное искусство: видео-инсталляции, интерактивные выставки и т. д.
7. Мультимедийный журнализм: определение, направления, цели и принципы.
8. Инструменты мультимедийного журналиста: типы, особенности, возможности и ограничения.
9. Основные типы нарративных стратегий и элементов сторителлинга.
10. Определение социальных медиа и их роли в журналистике.
11. Важность этических принципов в работе журналиста в социальных медиа.
12. Проблемы публикации личной информации, такой как адрес, телефонный номер, личные фотографии и т.д.
13. Проблема фейковых новостей, ложной информации и манипулятивной информации в социальных медиа.
14. Соблюдение принципа уважения к субъектам информации.
15. Принцип справедливости и баланса в интервью и комментариях.

Практические задания (типовые задания)

1. Создать мультимедийную презентацию на тему по сфере вашей профессиональной деятельности, используя программы PowerPoint или Prezi. Можно использовать фотографии, видео, аудио, графику и другие элементы для создания интерактивной и понятной презентации.

2. Создать видеоролик на тему, связанную с журналистикой. Видеоролик может содержать интервью, сюжетные материалы, графические элементы, аудиоинтервью, подписи и другие художественные и информационные элементы.

3. Создать мультимедийный блог на определенную тему (по выбору магистранта). Блог должен содержать следующие элементы: текстовые записи, фотографии, видео, аудиозаписи и другие элементы для создания понятного и интерактивного блога, который читатели смогут легко просматривать и заинтересоваться.

Типовые задания для контрольной проверочной работы

1. Дайте определение понятиям: *арсакустика, реверберация, эвфония, радиогазета, РОСТА, какофония, стилизация под формат.*

2. Назовите характерные свойства современной разговорной речи на радио.

3. Назовите и определите функционально-стилистическую, композиционную роль средств разговорной речи, использованных в следующих вступительных фрагментах радиоэкскурсий:

✓ *«Конец 50-х – начало 60-х. Оттепель. Время надежд. Двадцатый съезд, разоблачение культа личности. Время, когда страх отступил, и советские люди, задавленные сталинской государственной машиной, получили глоток воздуха, учились жить заново. Всего около десяти лет продолжалось это благословенное для многих время, но сколько важнейших для человечества и поворотных для мира событий вместила в себя эта удивительная эпоха с таким "говорящим" названием - "Оттепель"»;*

✓ *«Подводный мир Русалочки и бесконечная анфилада китайского императорского дворца, таинственный шум морского прибоя и пение Соловья, незабываемая атмосфера сказок "Дикие лебеди" и "Новое платье короля" - все эти волшебные миры иллюстраций выдающегося российского художника Анатолия Зверева ждут вас в экспозиции "Сказки Андерсена". Исследователи творчества Зверева сравнивают его с Матиссом и Пикассо, создавшими знаменитую "книгу художника"».*

4. Назовите особенности продуктивных формул, использованных при построении следующих слоганов радиостанций: *«Серебряный Дождь. Умное радио»;* *«Эхо Москвы. Свободное радио для свободных людей»;* *«Экофонд Радио. Экологически чистая музыка»;* *«Ретро ФМ. Подпевай!»;* *«Европа Плюс. Музыкайф»;* *«Авторadio. Для тех, кто в пути».*

2.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену

1. Понятие мультимедийного журнализма: определение, направления, цели и принципы.

2. Инструменты мультимедийного журналиста: типы, особенности, возможности и ограничения.

3. Типы нарративных стратегий и элементов сторителлинга.

4. Определение социальных медиа и их роли в журналистике.

5. Важность этических принципов в работе журналиста в социальных медиа.

6. Рекомендации по мерам осторожности при сборе информации из социальных медиа.

7. Проблема фейковых новостей, ложной информации и манипулятивной информации в социальных медиа.

8. Какие существуют методы проверки достоверности информации перед её публикацией.

9. Новые стороны характера и деятельности автора мультимедийного текста.

10. К определению понятия «писательская публицистика».

11. Социальные сети как предмет медиаисследований.

12. Коммуникативно-прагматические особенности бытования писательской публицистики в онлайн социальных сетях.
13. Феноменология текста в публицистике.
14. Автор публицистического текста как субъект высказывания.
15. Проблема совершенствования методик анализа публицистического текста и публицистического дискурса.
16. Новые характеристики мультимедийной среды и особенности ее трансформации.
17. Медиатизация как тотальное распространение влияния медиа на важнейшие области социальной жизни человека: отечественные и зарубежные подходы к понятию, факторы и последствия.
18. Проблема авторства в исторической перспективе.
19. Автор мультимедийного текста: бегство от читателя.
20. Социально-психологические характеристики и типы сетевого коммуниката.
21. Условия и причины возникновения «гибридного» публицистического текста.
22. Г. Прохоров о синтезной основе «художественной публицистики».
23. К вопросу о феноменологии публицистического текста и трагедии современной публицистики (по Б. Мисонжникову).
24. Современный потенциал прагматики мультимедийной публицистики: обзор научных стратегий.
25. Современная типология радиожурналистики: форматы и концепции радиостанций.
26. Выразительные средства радиожурналистики.
27. Роль радиопублицистики в современном аудиоконтенте.
28. Новые направления акустической культуры.
29. Доминантные причины и направления переформатирования современных радиостанций.
30. Язык радио настоящего времени.
31. Функции публицистического стиля на радио.
32. Трансформации жанров на радио.
33. Публицистическое начало авторских передач: коммуникативно-прагматический аспект.
34. Инфоповод и публицистическая проблематика радиовыставки.
35. Соотношение вербального, аудиального и визуального компонентов.
36. Характерные композиционные особенности создания радиовыставки.
37. Авторская роль в радиовыставке.
38. Стилистические и формообразующие средства радиоэкскурсии.
39. Тональность медиапроекта.
40. Жанровые диффузии.
41. Каким образом цифровая трансформация изменила профиль аудитории современных СМИ?
42. Какие основные характеристики определяют цифровой портрет аудитории современных СМИ?
43. Какие новые возможности предоставляет цифровой портрет в сфере анализа и понимания аудитории?
44. Как социальные сети влияют на формирование цифрового портрета аудитории современных СМИ?
45. Каковы основные методы сбора данных для создания цифрового портрета аудитории?
46. Какие инструменты и технологии используются для анализа и интерпретации цифрового портрета?

47. Как влияют персонализация и рекомендательные системы на формирование цифрового портрета аудитории?
48. Каким образом цифровой портрет аудитории помогает в разработке медиа-стратегии?
49. Какие особенности цифрового портрета у разных сегментов аудитории (например, по возрасту, полу, интересам)?
50. Какие факторы могут исказить цифровой портрет аудитории?
51. Как влияет географическое распределение аудитории на формирование цифрового портрета?
52. Какие представления о себе имеет аудитория современных СМИ на основе цифрового портрета?
53. Какие изменения происходят в цифровом портрете аудитории в контексте развития мобильных технологий?
54. Как демографический состав влияет на формирование цифрового портрета аудитории?
55. Какие жизненные события и интересы могут быть отражены в цифровом портрете аудитории?
56. Какие данные должны быть включены в цифровой портрет аудитории для эффективного таргетинга рекламы?
57. Как влияет активность и взаимодействие аудитории в цифровом пространстве на ее портрет?
58. Каким образом цифровые портреты аудитории могут помочь в разработке контента и программных форматов?
59. Какие этические вопросы возникают при сборе и анализе данных для цифрового портрета аудитории?
60. Какие новые тренды и инновации в анализе аудитории влияют на формирование цифрового портрета?
61. Каким образом цифровой портрет аудитории помогает в улучшении качества и релевантности контента?
62. Какую роль и значение имеет цифровой портрет аудитории для разработки стратегий продвижения и монетизации СМИ?
63. Какие дополнительные данные могут быть использованы для уточнения цифрового портрета?
64. Какие особенности поведения аудитории могут быть выявлены с помощью цифрового портрета?
65. Какие факторы влияют на лояльность и удержание аудитории в цифровом пространстве?
66. Какова роль цифрового портрета в разработке стратегий вовлечения и взаимодействия с аудиторией?
67. Как влияют изменения алгоритмов социальных платформ на формирование цифрового портрета аудитории?
68. Каким образом сегментация аудитории помогает в создании более точных цифровых портретов?
69. Какие потребности и предпочтения аудитории могут быть выявлены с помощью цифрового портрета?
70. Какие преимущества имеют СМИ, которые активно используют цифровой портрет в своей деятельности?