

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт филологии и социальных коммуникаций
Кафедра журналистики и издательского дела

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института филологии и
социальных коммуникаций



О.С. Перетятая

2026 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

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

Основы теории медиакommunikации

По направлению подготовки 42.03.02 Журналистика
Квалификация выпускника – бакалавр
Форма обучения – очная
Курс – ОФО - 1 курс (1 семестр)

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

Заведующий кафедрой
журналистики и издательского дела
Е.А. Куянцева
«26» декабря 2026 г., протокол № 6

Луганск, 2026

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины (модуля) Информационные изменения в условиях глобализации 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 42.03.02 Журналистика, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 524.

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-5 способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования. | ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. ОПК-5.2. Анализирует текущее состояние и тенденции развития медиакommunikационных систем различного уровня при планировании и реализации профессиональной деятельности. ОПК-5.3. Осуществляет свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы. |

1.4. Этапы формирования компетенций и средства оценивания уровня их сформированности

| Этапы формирования компетенций | Компетенции | Контрольно-оценочные средства / способ оценивания |
|---|-------------|--|
| Роль медиакommunikационных революций в обществе | ОПК-5 | Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита. |
| Медиапространство как среда реализации медиакommunikации | ОПК-5 | Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита. |
| Проблемы человека и культуры в современном информационном обществе | ОПК-5 | Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита. |
| Медиаатранзит как основной механизм коммуникационной кампании в медиапространстве | ОПК-5 | Устный опрос. Написание и защита реферата. |

| | | |
|--|-------|--|
| Психологические приемы управления коммуникацией посредством личного влияния | ОПК-5 | Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита. |
| Деятельность журналиста в социальных сетях. Проблема личностного позиционирования в социальных сетях | ОПК-5 | Устный опрос. |
| Промежуточная аттестация | ОПК- | Зачет |

1.5. Описание показателей формирования компетенций

| Код компетенции | Планируемые результаты обучения (показатели) |
|-----------------|---|
| ОПК-5 | <p>Знает: тенденции развития медиакоммуникационных систем регион, страны и мира; 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, учитывая тенденции развития региона, страны.</p> <p>Владеет: навыками определять актуальные темы для публикаций в СМИ в профессиональной деятельности; применять на практике полученные знания, апробируя профессиональные навыки по критическому анализу медийной продукции</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 работ | 40 | | 40 |
| Самостоятельная работа | 20 | | 20 |
| Иные виды учебной работы (подготовка презентации, написание реферата, решение задач и др.) | 30 | | 30 |
| Всего | 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 | |
| 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 | Зачтено |
| 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 | Не зачтено |
| 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 | |
| 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)

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. Интернет.

Организаторская функция.

Культурно-просветительская функция.

Образовательная функция ТВ.

Тема 2. Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций

Коммуникация и медиакоммуникация.

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 «медиакоммуникация».

Медиазация общества: проблемы и последствия.

Понятие медиатизации общества, его предпосылки.

«Медийный человек» как основная характеристика современной личности.

Понятие медиапространства как среды реализации медиакоммуникаций. 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 индустрии.

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. Эллюль).

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

Воздействие личностных факторов на процесс развития культуры информационного общества.

Рост значения «проектируемого». «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 медиопосредников в современной коммуникации.

Тесты по дисциплине:

1. Что такое медиакommunikation?

- a) Процесс создания и передачи информации и коммуникация с использованием различных медиа-платформ и средств.
- b) Искусство написания текстов для социальных сетей.
- c) Техническая поддержка медиаплатформ.
- d) Изучение только телевизионных форматов.

2. Какой из перечисленных форматов относится к digital-медиа?

- a) Газета.
- b) Радио.
- c) Подкаст.
- d) Телевидение.

3. Что такое «вирусный контент»?

- a) Контент, который быстро распространяется в интернете.
- b) Контент, содержащий вредоносные программы.
- c) Контент, созданный искусственным интеллектом.
- d) Контент, предназначенный для медицинских целей.

4. Что означает аббревиатура «СМИ»?

- a) Средства массовой информации.
- b) Система медиаинтеграции.
- c) Социальные медиаинструменты.
- d) Сетевые медиаинновации.

Часть 2. Открытые вопросы

1. Опишите основные этапы развития медиакommunikation в XX веке.

Какие ключевые события повлияли на их эволюцию?

2. Как вы считаете, какие навыки необходимы современному специалисту в области медиакommunikation? Приведите примеры.

3. Какие вызовы стоят перед медиакommunikation в эпоху цифровизации? Как их можно преодолеть?

4. Проанализируйте роль социальных сетей в современной

медиакоммуникации. Какие возможности и риски они создают?

**Вопросы по к зачету по дисциплине
«Основы теории медиакоммуникации»**

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 характеристики человека?
4. Как постоянная коммуникация с медиа, постоянное пребывание в соцсетях влияет на социальные характеристики человека?
5. Роль медиопосредников в современной коммуникации.
6. Развитие социальных сетей и проблема манипулятивности в медиакоммуникациях.
7. Понятие манипуляция
8. Что означает первичная и вторичная манипуляции?
9. Приемы характерные для манипуляции
10. Третья медиакоммуникационная революция: причины и последствия.
11. Чем обусловлено появление робожурналистики? Ваше отношение к проблеме.
12. Суть информационно-медийной грамотности журналистики.
13. Первая медиакоммуникационная революция
14. Вторая медиакоммуникационная революция: причины и последствия.
15. Влияние массмедиа на способы самоидентификации и самовыражения.
16. Охарактеризуйте медиaprостранство ЛНР. Какие сложности и проблемы вы видите в его развитии.
17. Медиа-поведение индивида в социальных сетях.
18. В чем опасность «перегретых» социальных проблем?
19. В чем опасность «недогретых» социальных проблем?
20. Четвертая медиакоммуникационная революция: причины и последствия.
21. Охарактеризуйте этапы эффективного медиатранзита.
22. Журналист как лидер мнений.
23. Соотношение терминов «коммуникация» и «общение».
24. Обратная связь в коммуникативных взаимодействиях.
25. Понятие «медиакарьера» и «медиатранзит»
26. В чем сходства и отличия между медиакарьерой и медиатранзитом?
27. Общение и самопозиционирование как цели пребывания в сети.
28. Понятие «метиазация общества»: причины и последствия.
29. Характеристика участников медиaproцесса на современном этапе.
30. Психологические приемы управления коммуникацией посредством личного влияния.
31. Веб-коммуникация, ее особенности.
32. Проблемы развития современных медиакоммуникаций.
33. Интернет как канал, средство и среда коммуникации.
34. Характеристика практик медиакоммуникаций.
35. Прикладные модели теории коммуникации: математическая, кибернетическая.
36. Журналистская информация и ее основные особенности.
37. Деятельность журналиста в соцсетях
38. Информационная культура как «блип-культура».

39. Последствия «блип-культуры»
40. Условия эффективной медиакоммуникации.
41. Характеристика понятий коммуникация, медиакоммуникация,
42. Характеристика понятий медиа, социальные сетимедиа, социальные сети.
43. Понятие «медиапространство».
44. Современное медиапространство, его особенности.
45. Медиа в концепции М. Маклюэна. Подходы к понятию «медиа».
46. Проблемы воздействия СМК на личность.
47. Вербальные характеристики речи (лексика, построение фраз, стиль).
48. Технология воздействия: опора на эмоциональный настрой, учет контраргументации и критической позиции собеседника, эмоциональное отношение к предмету общения, комплименты.
49. Психологические приемы управления коммуникацией посредством личного влияния.
50. Основные подходы к понятию «медиа».
51. Медиа в концепции М. Маклюэна. Медиа и массмедиа.
52. Медиа, средства массовой коммуникации.
53. Соотношение понятий. «Коммуникация» и «медиакоммуникация».
54. Медиатизация общества: проблемы и последствия.
55. Понятие медиатизации общества, его предпосылки.
56. Причины и следствия медиакоммуникационных революций.
57. В чем проявляются навыки уверенного поведения.
58. Личное обаяние. Харизма.
59. Управление внутренним состоянием.
60. Что такое имидж?
61. Управление собственным имиджем.
62. Голос и характер его воздействия. Работа с голосом (тембр, темп, интонация).
63. Вербальные характеристики речи.
64. Современные подходы к понятию медиакоммуникация
65. Понятие информационная революция.
66. Этапы эволюционного развития СМИ.
67. Какие вызовы стоят перед медиакоммуникациями в эпоху цифровизации? Как их можно преодолеть?
68. Роль социальных сетей в современной медиакоммуникации. Какие возможности и риски они создают?
69. Личностное позиционирование индивида в информационной среде.
70. Место традиционных и новых медиа в информационных процессах.